

Treball de fi de grau

Títol

La evolución del deporte femenino
en la prensa escrita deportiva

AutorDe

Mònica Aguilar Tuset

~~Àlumn~~ TutorDe

Anna Astals Serés

Grau

Periodisme

Data

01/06/2018

Full Resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

La evolución del deporte femenino en la prensa escrita deportiva

Autor/a:

Mònica Aguilar Tuset

Tutor/a:

Anna Astals Serés

Any:

2017-2018

Titulació:

Periodisme

Paraules clau (mínim 3)

Català:

esport, mujer, prensa, evolució

Castellà:

deporte, mujer, prensa, evolución

Anglès:

sport, woman, press, evolution

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:

En els últims anys, l'esport femení ha progressat i evolucionat de forma notable dins la societat. Tot i així, la seva presència en els mitjans de comunicació i, concretament, a la premsa escrita esportiva ha estat molt inferior a la dels homes. L'objectiu d'aquest treball és observar mitjançant un anàlisi comparatiu l'evolució de la presència de l'esport femení a la premsa escrita esportiva en els darrers 10 anys.

Castellà:

En los últimos años, el deporte femenino ha progresado y evolucionado de manera notable dentro de la sociedad. A pesar de ello, su presencia en los medios de comunicación y, concretamente, en la prensa escrita deportiva ha sido muy inferior a la de los hombres. El objetivo de este trabajo es observar mediante un análisis comparativo la evolución de la presencia del deporte femenino en la prensa escrita deportiva en los últimos 10 años.

Anglès

In recent years, women's sport has progressed and evolved in a remarkable way within society. In spite of this, his presence in the media and, in particular, in the written sports press has been much lower than that of men. The objective of this study is to observe through a comparative analysis the evolution of the presence of the female sport in the sports press in the last 10 years.

A mi familia por apoyarme y comprenderme en todo el proceso de investigación.

A mi pareja, por acompañarme en los momentos más complicados durante estos meses.

A mi tutora, Anna Astals, por ayudarme a sacar el máximo partido del tema que tanto me inquietaba. Por guiarme y acompañarme durante este trayecto.

Y por último, a todas esas personas que han colaborado, de forma directa o indirecta, en la investigación. Sin todos ellos no habría sido posible.

ÍNDICE

1. Introducción	3
2. Objeto de estudio	4
2.1. Objetivo principal	4
2.2. Objetivo secundario	5
3. Hipótesis	6
4. Metodología	7
5. Marco teórico	14
5.1. Mujer y deporte en la historia	14
5.1.1. Importancia de los Juegos Olímpicos	15
5.1.2. Historia del deporte femenino en España	18
5.2. El sexismo en el deporte en España	20
5.2.1. Estereotipos de género	21
5.2.2. El lenguaje sexista en el deporte	23
5.3. Periodismo deportivo nacional	25
5.3.1. Presencia de la mujer deportista en el periodismo deportivo	28
5.3.2. La prensa deportiva en España	29
6. Análisis	31
6.1. Resultados cuantitativos	32
6.1.1. Páginas	32
6.1.2. Noticias polideportivas	35
6.1.3. Fotografías polideportivas	37
6.2. Resultados cualitativos	40
6.2.1. Lenguaje	40
6.2.2. Imágenes	47
6.3. Resultados de las entrevistas	49
7. Conclusiones	53
8. Bibliografía	58
9. Anexos	61

1.- INTRODUCCIÓN

Mireia Belmonte, Carolina Marín, Garbiñe Muguruza, Lidia Valentín, Ruth Beitia, Ona Carbonell... Ésta es sólo una pequeña lista de las grandes deportistas españolas de la última década. Todas ellas acumulan decenas de títulos y cuentan con el reconocimiento tanto a nivel nacional como internacional. Pero en muchas ocasiones, sus éxitos no tienen la repercusión ni la cobertura mediática que merecen. Hoy en día, aún cuesta encontrar portadas de periódicos deportivos que estén protagonizadas por mujeres. Sus éxitos quedan relegados, normalmente, en un segundo plano.

En el mundo actual, el fútbol masculino es el deporte rey y acapara toda la atención mediática. En este contexto, es interesante observar cómo los medios de comunicación tratan al deporte femenino, qué importancia le dan; pero más determinante es comprobar la evolución que ha sufrido en los últimos años. Una de las motivaciones para realizar esta investigación es de carácter personal, ya que he sido jugadora de fútbol profesional y he vivido esta invisibilización de los logros femeninos en los medios de comunicación. Por este motivo, pensé que un estudio evolutivo y comparativo podría ayudar a contrastar de forma científica la situación que vive la presencia del deporte femenino en la prensa deportiva escrita en comparación a hace diez años.

En segundo lugar, otra de las motivaciones ha sido la actualidad que supone actualmente el tema de la igualdad de género, en todos los campos de la sociedad. Por eso he creído que sería interesante observar la evolución que se ha dado en la última década, también en un tono de denuncia, por el trato desigual que suelen recibir las deportistas españolas en los medios de comunicación desde años inmemoriales.

2.- OBJETO DE ESTUDIO

El objeto de estudio del presente trabajo radica en observar y analizar la evolución de la presencia del deporte femenino en los medios de comunicación, concretamente en la prensa escrita deportiva nacional. Analizando los datos de diferentes periódicos de un solo año no sería suficiente para observar si ha habido una progresión de la cobertura del deporte femenino. Es por eso, que se parte y se replica el estudio “*Las imágenes de las deportistas en los medios de comunicación*”, realizado en 2007 por Marta Angulo para poder llevar a cabo un evolutivo y comparativo.

A través de este análisis se busca comparar la presencia de las deportistas en la prensa deportiva diaria en relación al deporte masculino, observando su evolución en la última década, entre los años 2007 y 2017. Con los datos extraídos de ambos estudios se podrán extraer resultados esclarecedores sobre la progresión que han tenido las deportistas en la prensa deportiva española. Además, la investigación no sólo se centra en el espacio que se le dedica al deporte femenino en los periódicos, sino que también se hace especial hincapié en aspectos más cualitativos como la aparición de estereotipos o lenguaje sexista. En este último punto, no sólo se refiere a lenguaje escrito, sino que también presta atención a las imágenes que acompañan las noticias. En la prensa escrita toma gran importancia tanto la forma como el contenido a la hora de explicar los hechos. Es decir, hay que tener en cuenta el tono que se utiliza o el enfoque que se le otorga a la noticia, pasando por el uso de determinadas palabras o expresiones que buscan transmitir ciertos aspectos concretos. Con el análisis de estos factores se pueden extraer conclusiones más reforzadas que no únicamente con la investigación cuantitativa.

2.1- Objetivo principal

El objetivo principal de este trabajo es analizar la evolución de la presencia del deporte femenino en la prensa deportiva escrita en los últimos diez años. Toda la investigación girará en torno al objetivo de observar y analizar si con el paso del tiempo, las principales publicaciones deportivas escritas prestan y otorgan más espacio a las mujeres deportistas.

Para ello, se analizará el espacio dedicado a las noticias deportivas femeninas, comparándolas con las masculinas. El espacio dedicado es un dato muy revelador ya que no es lo mismo que un periódico contenga 5 noticias que cubren deporte femenino, a uno que tenga una noticia pero que ésta ocupe una doble página en el inicio de la sección. En segundo lugar, se analizará también el trato que recibe el deporte femenino en la prensa, centrándonos en aspectos como el lenguaje utilizado, las imágenes que acompañan estas noticias o la aparición de estereotipos o comportamientos sexistas.

2.2- Objetivos específicos

Los objetivos específicos son, en primer lugar, conocer la **cantidad** objetiva de representación que las deportistas tienen en los principales diarios deportivos hoy día, para poder analizar la evolución de estos espacios respecto hace 10 años. Es decir, conocer el número total de noticias protagonizadas por mujeres.

Otro de los objetivos será analizar el **espacio** que se le dedica a la noticia, ya que no es lo mismo que ocupe una página entera, que tan solo se le dedique un breve. Por lo tanto, analizando su extensión y a través de la comparativa con el estudio de una década atrás se podrán extraer datos reveladores.

En tercer lugar, se observará el tratamiento informativo de las noticias relacionadas con el deporte femenino. Es decir, analizar el **tono** que se utiliza, el **lenguaje** y las expresiones que aparecen en la redacción de estas noticias. A priori, pueden parecer detalles sin importancia, pero estos aspectos son los que marcan, en realidad, en qué punto se encuentra actualmente la cobertura mediática del deporte femenino en España.

Otro de los objetivos específicos es el análisis de las **imágenes** que acompañan las piezas periodísticas. Observar aspectos como su tamaño, el espacio que ocupan o el contenido de esta fotografía. La elección de las imágenes no es aleatoria, toda fotografía busca transmitir, poniendo en relevancia ciertos aspectos y ocultando otros, por lo que mediante su análisis podremos extraer conclusiones que complementarán nuestro análisis.

Por último, se analizará si aún hoy en día existen los **estereotipos** relacionados con la mujer deportista que le han acompañado históricamente. Históricamente, en los medios de comunicación y en la prensa en particular, se ha tendido a remarcar más aspectos de la vida personal o del físico de la deportista, que no de su trayectoria profesional. Por este motivo, es importante observar si estas dinámicas aún siguen presentes o, si por el contrario, han desaparecido de nuestra prensa.

3.- HIPÓTESIS

Toda la investigación tendrá el objetivo de corroborar o refutar las siguientes hipótesis planteadas:

- La presencia del deporte femenino en la prensa deportiva española ha aumentado notablemente durante la última década. Ha progresado favorablemente a nivel de cantidad de noticias, el cual cada vez es mayor.
- La presencia del deporte femenino también ha aumentado considerablemente en cuanto al espacio que se le otorga.
- El lenguaje y el tono utilizado en este tipo de noticias, después de 10 años, continúa siendo diferente y discriminatorio, en comparación al de las noticias protagonizadas por hombres.
- La cantidad de imágenes que acompañan las noticias sobre deporte femenino ha aumentado.
- Las imágenes, además, se centran únicamente en mostrar la deportista tal y como practica su deporte, sin necesidad de poner en relevancia su apariencia física. Por lo tanto, ha habido una evolución favorable durante esta última década.
- Los estereotipos sobre las mujeres deportistas aún continúan muy presentes en la prensa deportiva directa o indirectamente.

4.- METODOLOGÍA

La metodología utilizada en este trabajo replica exactamente la que se utilizó en su momento en el estudio *Las imágenes de las deportistas en los medios de comunicación* (Angulo, 2007). Por lo que, tanto en el trabajo actual como en el estudio que se replica, se utiliza la misma metodología, analizando los mismos medios, días, variables, etc. La única variable que cambia respecto al estudio inicial es la del tiempo, ya que entre ambas investigaciones ha transcurrido un periodo de 10 años. Cabe remarcar que en el estudio de 2007, por motivos desconocidos, no aparece el análisis del Mundo Deportivo del día 30 de septiembre, pero en el estudio actual sí que se ha incluido. Los motivos de la elección del estudio *Las imágenes de las deportistas en los medios de comunicación* (Angulo, 2007) son los siguientes:

- Es un estudio aceptado y publicado por el Ministerio de Educación y Ciencia y por el Consejo Superior de Deportes. Por este motivo es una investigación fiable la cual podemos replicar posteriormente.
- El hecho de que analice los tres diarios con más audiencia de todo el territorio español (MARCA, AS y Mundo Deportivo, provoca que los resultados sean más significativos y representativos, que no si se analiza otro tipo de publicación con menos impacto en la sociedad.
- Por último, que investigue tanto en temas cuantitativos de noticias, imágenes, etc, pero que también incorpore un apartado a factores más cualitativos como el lenguaje, por ejemplo.

La investigación de ambos estudios está basada en una metodología mixta concurrente. Es decir, se utiliza por una parte el análisis cuantitativo y por otro lado el análisis cualitativo. El cuantitativo se utiliza para enfatizar en el número de noticias, el espacio dedicado a ellas o el número de imágenes protagonizadas por mujeres y el espacio que ocupan, por ejemplo. De esta manera, la metodología cuantitativa permite ofrecer resultados científicos, objetivos y exactos.

En el presente trabajo, el **análisis cuantitativo** se ha realizado a partir del análisis de las publicaciones MARCA, AS y Mundo Deportivo, entre los días 21 de septiembre y 8 de octubre de 2017, replicando el estudio realizado en 2007. Se han utilizado las mismas variables dependientes que en el estudio de hace diez años, para obtener los datos actuales. Además, todas ellas son variables cuantitativas discretas, es decir que presentan separaciones o interrupciones en la escala de valores que tomen (1,2,3,4...):

- **Páginas totales del periódico:** La primera variable a tener en cuenta es el número de páginas con las que cuenta la publicación, para después poder extraer resultados en función del número total de páginas.

- **Páginas dedicadas al fútbol:** A pesar de no ser diarios exclusivamente dedicados al fútbol, la presencia de éste es abrumadora en todos ellos. Es importante saber, por lo tanto, que tanto por ciento se le dedica a este deporte, normalmente más de la mitad del diario, para posteriormente poderlo comparar o bien con el fútbol femenino o bien con el espacio dedicado al resto de secciones.
- **Páginas dedicadas al fútbol femenino:** Otro de los aspectos que se ha tenido en cuenta es el número de páginas dedicadas al fútbol femenino. De esta manera se puede observar si en la parte principal del periódico ellas cuentan con algún tipo de protagonismo o si bien quedan relegadas en un segundo plano, con noticias polideportivas de menor importancia.
- **Número de noticias polideportivas:** Otra de las variables que se ha utilizado ha sido el número total de noticias polideportivas, es decir, de todos aquellos deportes que no son fútbol. Por sí sólo no es significativo el número de éstas, pero nos ayudarán a la hora de compararlo con el número de noticias protagonizadas por mujeres.
- **Número de noticias polideportivas dedicadas al deporte femenino:** Engloba a todas aquellas noticias que no tratan de fútbol. En este caso sólo se han tenido en cuenta aquellas que son 100% protagonizadas por mujeres, es decir, que si por ejemplo, una noticia hablaba del Campeonato del mundo de Taekwondo masculino y las últimas tres líneas las dedicaba al campeonato femenino, no se ha contado como noticia íntegramente femenina. Ésta es una práctica muy habitual en la prensa deportiva, porque de esta manera comentan el resultado de la categoría femenina, pero siendo un pequeño porcentaje en comparación al resto de la pieza.
- **Espacio que ocupan las noticias polideportivas femeninas:** Por otra parte, se ha considerado significativo fijarse en el espacio que estas noticias ocupan. Se han dividido en tres opciones: aquellas que ocupan media página, un cuarto de página o bien más pequeñas. Así pues, nos mostrará el grado de importancia que se le da. No es lo mismo la presencia de tres breves de un párrafo cada uno, que una página entera dedicada al perfil de una deportista.
- **Número de fotografías polideportivas:** Ya en último lugar, y no por ello menos importante, se ha contabilizado el número de fotografías polideportivas. Puede parecer un aspecto irrelevante, pero las fotografías son una parte muy importante de la prensa escrita. Es por eso que nos ayudará también a la hora de extrapolar nuestros resultados estadísticos.

- **Número de fotografías polideportivas de mujeres:** Una vez se tenga el recuento de fotografías polideportivas, se pasa al análisis más concreto, que contabiliza el total de fotografías polideportivas protagonizadas por mujeres. Como bien se ha reflexionado anteriormente, no es lo mismo que una noticia aparezca con una imagen o que lo haga con sólo texto.
- **Espacio que ocupan las fotografías polideportivas femeninas:** Por ese motivo, también se ha vuelto a tener en cuenta el espacio que se le dedican a estas fotografías, siguiendo exactamente el mismo patrón que con las noticias polideportivas. Se ha dividido en imágenes que ocupan media página, un cuarto de página o bien más pequeñas.

Por último, se ha establecido la variable independiente del tiempo, es decir, los 10 años de diferencia que separan un estudio del otro. Esta variable es la que tiene capacidad para influir, incidir o afectar a las variables dependientes, enumeradas anteriormente.

En segundo lugar la metodología mixta concurrente incluye también el **análisis cualitativo**. Para ir más allá de los datos objetivos, obtenidos anteriormente, se investiga también el lenguaje utilizado en las noticias sobre mujeres deportistas o el tipo de imágenes que ilustran estas piezas. Observando el tono utilizado en la redacción de estas noticias, se puede comprobar la existencia, o no, de estereotipos sobre las deportistas. Esta combinación de metodologías incorpora los puntos fuertes de ambas y permite que la investigación sea más completa.

En segundo lugar, se ha hecho uso de la metodología cualitativa, la cual nos permite conocer aspectos más subjetivos, pero no por ello menos importantes, relacionados con el lenguaje o las imágenes. Cabe añadir, que no se han analizado en profundidad la totalidad de los artículos, sino aquellos que destacaban por algún motivo en especial. Con la elección de éstos, se consigue ver la diferencia de trato al deporte masculino y al femenino, o también la persistencia de estereotipos ligados a las mujeres deportistas. Las variables cualitativas nominales (criterios no sometidos a un orden) que se tienen en cuenta son las siguientes:

- **Uso del lenguaje:** El tratamiento de las noticias no es siempre igual dependiendo de si las protagonizan hombres y mujeres. Uno de los factores que influyen en ello es el uso que se le da al lenguaje, a las palabras. El lenguaje contiene un gran trasfondo y por mucho que parezca inofensivo, esconde detalles que pueden ser muy significativos para nuestro análisis. Por este motivo se analiza qué tipo de expresiones o vocabulario se utilizan, haciendo especial hincapié en la aparición de estereotipos o clichés sexistas, entre otros. Hay dinámicas o tendencias en la cobertura del deporte femenino que suelen asociar la figura de la mujer a temas de su vida personal o a aspectos de su apariencia física, sin olvidar la costumbre de relacionar el éxito de una mujer a la figura de

un hombre. Así pues, se analizarán en profundidad estas noticias para comprobar si aún hoy en día se continúan dando estas actitudes o si bien por el contrario se han erradicado.

- **Uso de las imágenes:** Otra variable a tener en cuenta es el uso de las imágenes que acompañan a las noticias. En ocasiones, es tan pequeño el espacio que se le dedica a una noticia de deporte femenino que puede que ni incluya una fotografía. De esta manera, en esta parte más cualitativa se analizará el contenido de las imágenes, como se muestra a la deportista o qué aspectos pretende resaltar esa fotografía.
- **Entrevistas:** En último lugar, para completar la información analizada se realizarán entrevistas a diferentes personalidades conocedoras del tema tratado. En primer lugar, se ha considerado idóneo hablar con el perfil de algún especialista en comunicación deportiva con una amplia trayectoria en el sector. **Josep María Blanco Pont** es docente e investigador del sector de la comunicación desde hace más de 20 años. Ejerce su profesión como docente en la Universidad Autónoma de Barcelona, en la cual imparte la asignatura de Periodismo Deportivo. Las preguntas del cuestionario son las siguientes:

1.- ¿Por qué crees que aunque el deporte femenino crezca y se expanda cada vez más, no lo hace de la misma forma en la prensa o en los medios de comunicación en general? Porque de una forma u otra, esta invisibilización acaba suponiendo una barrera más en el camino por la igualdad entre deporte femenino y masculino...

2.- La prensa deportiva es un medio que recalca en una gran parte de la sociedad y tiene una gran influencia sobre ella. ¿Crees que si hubiera una mayor cobertura y difusión se conseguiría la igualdad entre deporte masculino y femenino? En caso negativo ¿qué otros factores influyen?

3.- A menudo, se tiende a decir que el deporte femenino no interesa a la gente y que por eso se le dedica menos espacio en los medios de comunicación. A pesar de esta afirmación, en esta presente temporada 2017-2018 se llevó a cabo el partido entre el Atlético de Madrid Fémias y el Madrid CFF en el Wanda Metropolitano, el cual congregó a más de 22.000 espectadores. ¿Por qué un partido que despierta tanto interés después, como mucho, recibe una página en una publicación deportiva respecto a las 25-30 que se le dedican al fútbol masculino diariamente? ¿Dónde reside el problema?

4.- Centrándonos en aspectos más cualitativos, ¿por qué aún hoy en día predomina el lenguaje sexista y estereotipado hacia las deportistas? No sólo de forma directa, a través de las palabras, sino también indirectamente con el uso de

fotografías inadecuadas o sugerentes que dejan en un segundo plano el aspecto profesional de la deportista.

5.- Continuando con este tema, en el año 2016, el diario AS trató así el triunfo de Carolina Marín en los Juegos Olímpicos de Río 2016: “Rivas, el hombre que convirtió en oro las rabietas de Carolina”. ¿Por qué no se puede tratar la noticia de un éxito de una mujer sin tener que relacionarla automáticamente a una figura masculina, o a aspectos de su vida personal o físicos?

6.- Si en estos últimos 10 años, que han sido unos de los que más han visto crecer al deporte femenino con éxitos históricos, aún no se ha conseguido la igualdad en cuanto a la presencia en los medios ¿crees que será posible algún día que el deporte femenino y el masculino compartan los mismos espacios y la misma cobertura en los medios, o si más no en la prensa escrita?

En segundo lugar, se ha contactado con una experta para aportar una visión más técnica y concreta de la situación. La segunda entrevistada, **María José López González**, es miembro de la Comisión Mujer y Deporte del Comité Olímpico Español y abogada especialista en Responsabilidad Social Empresarial y Derecho Deportivo. Además, ha escrito un libro recientemente que se titula “Mujer, discriminación y deporte” (2017) donde analiza la evolución de las mujeres deportistas españolas y los cambios legales, sociales e institucionales, sufridos o no, que esta progresión ha provocado. Las preguntas del cuestionario son las siguientes:

1.- ¿Por qué a pesar de que el deporte femenino crezca y se extienda a nivel nacional, no lo hace de la misma manera en la prensa escrita deportiva, o en los medios de comunicación en general?

2.- ¿Considera que a pesar de la “supuesta igualdad” de la que se alardea desde instituciones y federaciones la mujer continúa discriminada en el mundo del deporte y concretamente en el de la prensa deportiva?

3.- Hay una correlación entre el desarrollo del deporte femenino y su presencia en los medios de comunicación? ¿O van cada uno por su lado?

4.- La prensa deportiva es un medio que llega a gran parte de la sociedad y tiene una gran influencia sobre ella. ¿Cree que si hubiera más difusión y cobertura por parte de los medios se conseguiría una mayor igualdad en el deporte entre hombres y mujeres? ¿O influyen otro tipo de factores?

5.- A menudo se tiende a decir que el deporte femenino no interesa ni mueve a las masas que podría mover el masculino, pero a pesar de ello hay datos

que dicen lo contrario. Por ejemplo, este año en la 1ª División femenina de fútbol, en el Wanda Metropolitano se concentraron más de 22.000 aficionados para ver el Atleti féminas contra el Madrid CFF. Entonces ¿por qué de un total de 28 páginas dedicadas al fútbol en el diario MARCA, tan sólo 1 se dedica a hablar de fútbol femenino? ¿Dónde cree que está el problema?

6.- En su libro “Mujer y deporte” habla de la evolución que ha vivido el deporte femenino en las últimas décadas, la cual no ha ido acompañada de verdaderos cambios legales, sociales e institucionales. ¿Qué debe cambiar para poder igualarse la situación? ¿Quién tiene la potestad de poder equilibrar la balanza?

7.- Usted, como abogada especialista en la temática, ¿qué soluciones propondría para revertir esta situación de desigualdad, tanto a nivel social, como económico o legal? ¿Cree que es posible llegar algún día a la igualdad total?

En tercer y último lugar se ha entrevistado a **Beatriz Ortiz**, jugadora de waterpolo del CN Sabadell y de la Selección Española. Es el perfil que nos permite conocer de primera mano la situación de las deportistas españolas de élite en la prensa deportiva escrita. Además ha disputado importantes campeonatos como los Juegos Olímpicos de Río 2016 o los Mundiales de Budapest de 2017.

1.- Según tu experiencia personal en el ámbito del waterpolo ¿Cuál crees que ha sido la evolución del deporte femenino en cuanto a la presencia de noticias deportivas femeninas en la prensa escrita?

2.- ¿Por qué crees que a pesar de que el deporte femenino crezca y se expanda cada vez más, no lo hace de la misma manera en la prensa o en los medios de comunicación en general? ¿Esta invisibilización acaba suponiendo una barrera más en el camino para la igualdad entre deporte femenino y masculino?

3.- La prensa deportiva es un medio que llega a gran parte de la sociedad y tiene una cierta influencia sobre ella. ¿Crees que si hubiera una mayor cobertura y difusión por parte de la prensa se conseguiría una mayor igualdad entre deporte femenino y masculino? En caso negativo, ¿qué otros factores crees que influyen?

4.- ¿Cómo consideras que es vuestra cobertura mediática, tanto a nivel de club como de selección por parte de la prensa deportiva escrita (MARCA, AS y Mundo Deportivo)?

5.- ¿Te ha sucedido alguna vez que la prensa escrita te haya tratado (a ti o a tu equipo) de forma diferente o discriminatoria por ser mujer? Es decir, que se haya utilizado un lenguaje sexista, o el uso de estereotipos relacionados con la mujer deportista, por ejemplo.

6.- En caso de que no te haya sucedido nunca personalmente, ¿crees que todavía hoy en día predomina este uso del lenguaje sexista y estereotipado hacia las mujeres deportistas? Ya sea directamente con las palabras o indirectamente con el uso de fotografías sugerentes ¿Por qué?

7.- Si en estos últimos 10 años , que han estado unos en los que el deporte femenino ha crecido más, consiguiendo éxitos históricos y consolidándose a nivel social, aún no se ha igualado la presencia en la prensa deportiva escrita ¿crees que será posible algún día que deporte femenino y masculino reciban la misma cobertura y el mismo trato? ¿De qué crees que depende?

5.- MARCO TEÓRICO

5.1- Mujer y deporte en la historia

A lo largo de la historia, el deporte ha sido un ámbito reservado única y exclusivamente para los hombres, que servía como vía de transmisión de determinados valores y del desarrollo de sus capacidades físicas. Desde sus orígenes en China (4.000 a.C), pasando por la Antigua Grecia (1200 a.C - 146 a.C), las mujeres no tenían cabida en él, ya que debían cumplir otro tipo de tareas enfocadas al hogar y la familia. “El deporte, tanto el antiguo como el moderno, fue creado por hombre y para hombres y ha desarrollado un lenguaje que servía a sus fines, hábitos y deseos, creando un reducto espacial, social y lingüístico que armoniza perfectamente con la tradicional identidad masculina.” (Alfaro, 2010: 7).

Las diferencias de género han diluido, a lo largo de la historia, la participación femenina en cualquier tipo de evento deportivo. De hecho, quedaba prohibida, también, su presencia como meras espectadoras. “A medida que las funciones domésticas de la mujer adquieren un carácter más exclusivo y excluyente, su participación en el deporte competitivo va reduciéndose hasta desaparecer en el contexto de poder público masculino” (Blanchard, 1986: 165).

Uno de los grandes problemas ha sido la concepción de la imagen de la mujer en la antigüedad, que no concordaba con la imagen que se pretendía dar en el deporte, de fuerza, de poder, de masculinidad, etc. Es por eso, que las deportistas han tenido que recorrer un camino lleno de dificultades, superando barreras creadas por estereotipos sociales y culturales. La primera barrera superada fue la aceptación de las mujeres como espectadoras pasivas. Un claro ejemplo es la época del medievo (s.V - s.XV) en la que aparecen los torneos de armas. Las mujeres continuaban sin poder participar en la competición, pero sí que podían realizar una función de sujeto paciente, es decir, podían acudir como espectadoras a estos torneos tan característicos de su tiempo. (Salcedo, 1993: 23).

“De los siglos posteriores no se posee información detallada sobre la realidad deportiva pero si se tiene conocimiento sobre un renacimiento de los juegos al aire libre en la Inglaterra del siglo XIX. El desarrollo de la burguesía al amparo de la aristocracia rural ociosa y acaudalada trae consigo el auge de algunos deportes y la organización de competiciones de aficionados.” (Salcedo, 1993: 24). En este siglo, inicialmente las mujeres constituían un elemento pasivo que podríamos decir, como había sucedido en los siglos anteriores, limitándose a mirar y animar. Pero poco a poco, se abrieron camino dejando atrás los juegos de salón y empezando a participar en las competiciones al aire libre como el críquet, el patinaje o el tenis, entre otros.

El punto de inflexión se dio en 1994 con la Declaración de Brighton, cuando más de 280 delegaciones deportivas, provenientes de 82 países se reunieron para analizar y elaborar una estrategia que mejorase la situación de las deportistas de todo el continente. Así pues, “el objetivo predominante es el desarrollo de una cultura deportiva que permita y valore la plena participación de las mujeres en todos los aspectos del deporte, asegurando a todas las mujeres y chicas la oportunidad de participar en el deporte en un ambiente seguro, conservando los derechos, la dignidad y el respeto del individuo” (Declaración de Brighton, 1994).

Actualmente, a pesar que las mujeres han conseguido hacerse un hueco en las actividades deportivas, aún encontramos diferenciación entre deportes considerados de hombres y de mujeres. “Aún no se ha superado la cuestión de generificación de los deportes y las actividades físicas, pudiendo citar algunos ejemplos: como el rugby, la danza en el caso de los hombres y los preconceptos en torno a la práctica de fútbol en las mujeres. Todos esos directamente vinculados a la asociación de las imágenes a la homosexualidad, o a los cuidados de la salud (refiriendo al contacto físico en el caso de las mujeres)”(Bonamy, 2009:4).

5.1.1- Importancia de los Juegos Olímpicos

En la Antigua Grecia, entre el 776 a.C y el 393 d.C, se celebraban las Olimpiadas cada cuatro años, todas ellas en la ciudad de Olimpia, y únicamente podían participar ciudadanos griegos libres y de sexo masculino. Las mujeres griegas tenían prohibida tanto la participación como la visualización de dichos eventos. Es por eso, que los deportistas debían competir desnudos, con tal de comprobar que todos los participantes fueran del género masculino. En este mismo período, surgieron algunas modalidades secundarias que permitían la entrada a las mujeres solteras, ya que los atletas debían participar desnudos, de tal manera que si una mujer casada acudía a dicho evento, era fulminantemente condenada a muerte.

En 1896 se instauraron los primeros Juegos Olímpicos Modernos, celebrados en Atenas y tenían como objetivo ser un ideal de accesibilidad para todo el mundo. A pesar de ello, el fundador de este movimiento, Pierre de Coubertin, negaba la participación femenina, argumentando que la presencia de la mujer en un estadio resultaba antiestética, poco interesante e incorrecta, además de su diverso rol en la sociedad al del hombre, haciéndola no idónea para las actividades deportivas. (Costa, 1994: 125). Además, añadía que “las mujeres tenían una única función: coronar al vencedor”.

No fue hasta cuatro años más tarde, en los Juegos Olímpicos de París en 1900, que el Comité Olímpico Internacional permitió el acceso de la mujer al deporte de competición, en las modalidades de tenis y golf, ambas con categorías diferenciadas para hombres y mujeres. En este contexto, la tenista británica Charlotte Cooper consiguió el primer oro olímpico en la categoría femenina. En Londres, en el 1908,

algunos deportes fueron admitidos también como exhibición (vela, patinaje, tenis, tiro con arco, gimnasia y natación). La medalla de oro conseguida por la regatista Frances Clytie, junto a su marido Charles Rivett-Carnac en las Olimpiadas de 1908, fue determinante ya que se convirtió en la primera mujer que ganaba una modalidad enfrentándose a deportistas masculinos. (Zamora, 1998: 12)

Actualmente, todos los países cuentan con representación femenina, en mayor o menor medida, provocando que un 44% del total de los deportistas participantes sean mujeres. El momento clave de esta progresión fue en los Juegos Olímpicos de 1976 cuando la participación femenina pasó del 15% al 21%. También aumentaron notablemente los países que aportaban deportistas femeninas, pasando de un 54% en el año 1972 al 70% de 1976. (Clemente, 2006)

DEPORTES CON REPRESENTACIÓN FEMENINA

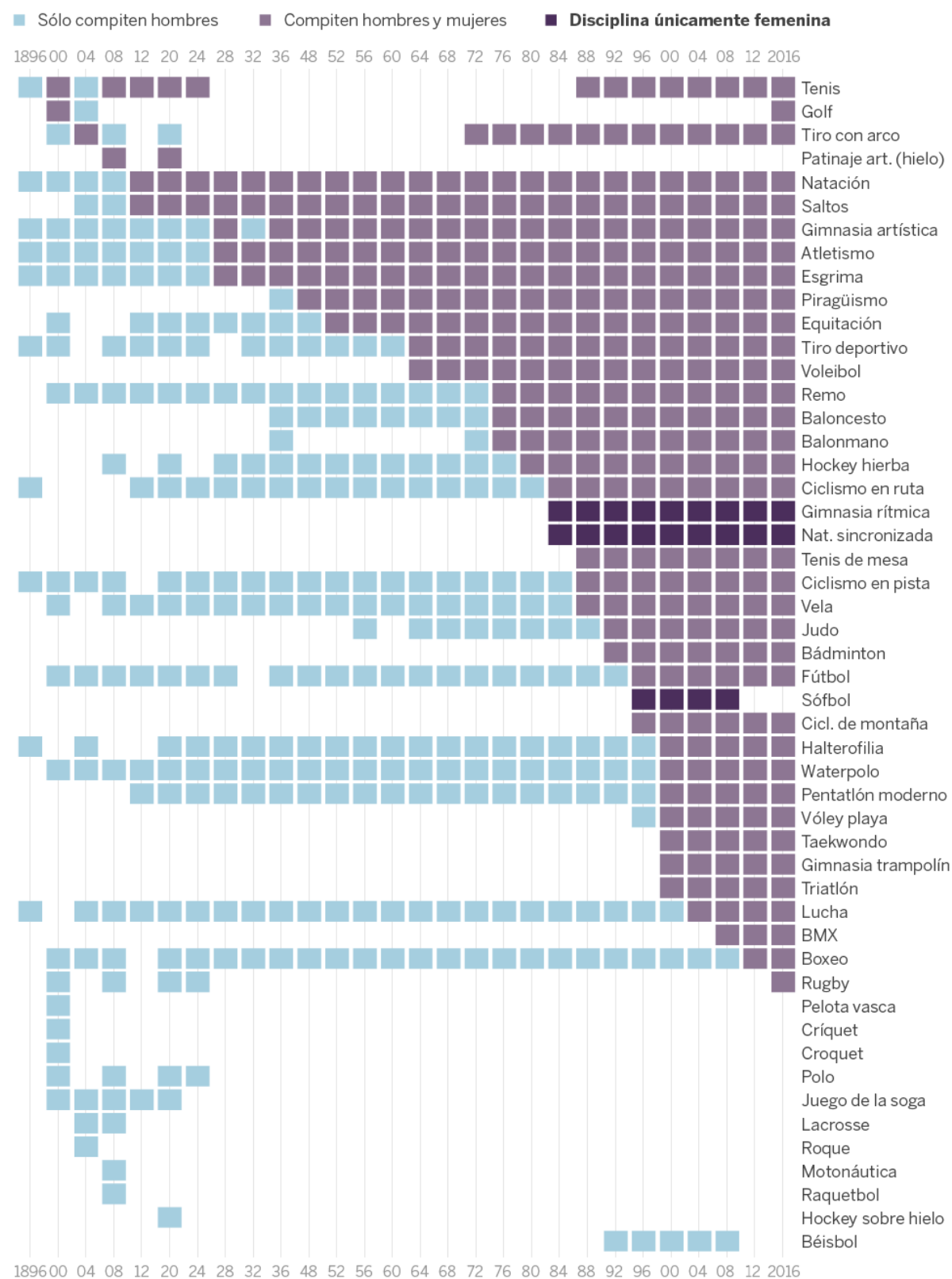


Gráfico elaborado por El País (2016). Las mujeres en los Juegos Olímpicos. Fuente: Comité Olímpico Internacional.

5.1.2.- Historia del deporte femenino en España

A nivel estatal, la evolución del deporte femenino ha sido más lenta y progresiva que en otros países europeos. Durante el primer tercio del presente siglo, la gimnasia, tanto rítmica como sueca y la danza fueron incorporándose en los colegios e institutos españoles (Rubio y Chamorro, 1993). El inicio de las actividades deportivas en las mujeres se realizó en el seno de clubes deportivos que existían en Madrid y Barcelona a principio de siglo. Allí las mujeres de la burguesía se iniciaron en la práctica de algunos deportes como el golf o el esquí. (Macías y Moya 1999:45)

En el año 1914 se creó el primer equipo de fútbol femenino de la mano de Jack Greenwell. Cataluña fue la primera comunidad en albergar los primeros partidos de fútbol a nivel estatal. Por el contrario, los medios de comunicación no lo vieron con buenos ojos, ya que periódicos como Mundo Deportivo decían lo siguiente: “Esta primera actuación de la mujer en el viril fútbol no nos satisface, no sólo por su poco aspecto deportivo, sino porque a las descendientes de la madre Eva les obliga a adoptar tan poco adecuadas, como antiestéticas posiciones que eliminan la gracia femenina”.

En los años veinte, el deporte femenino en España se caracterizó por la iniciación a la práctica deportiva de mujeres de diferentes clases sociales, la cual dejó de estar reservada exclusivamente a la burguesía. A nivel general, existían pocas mujeres que practicasen alguna actividad deportiva. Es por eso, que se fomentaban los concursos y encuentros deportivos femeninos a menudo. La gimnasia fue considerada una de las modalidades más idóneas para las mujeres. Además, también se pusieron de moda el excursionismo, el esquí o el ciclismo y surgieron algunos deportes de equipo. Finalmente, aparece en escena la Sociedad Cultural Deportiva en Madrid y en Barcelona que impulsaba el deporte en mujeres de clase social media-baja” (Instituto de la Mujer, 1990).

Hacia la década de los treinta, tuvo gran importancia la labor divulgativa. Aparecieron numerosos clubes y asociaciones deportivas femeninas que consiguieron cada vez más adeptas. Las deportistas españolas más destacadas se caracterizaban por participar en diferentes modalidades más que estar especializadas en una. Por ejemplo, Manolita Pérez competía, entre otros, en las pruebas de 100 metros lisos, vallas, lanzamiento de jabalina y lanzamiento de disco o el caso de Lili Álvarez que participaba en los campeonatos de ciclismo, esquí, tenis, patinaje sobre hielo o automovilismo. (Arévalo, 2016).

Todo este progreso se vio truncado con la Guerra Civil que sacudió el país entre 1936 y 1939 y su posterior régimen franquista. Hasta entonces, el deporte femenino español había sufrido un auge notable, cuando la selección española de hockey consiguió clasificarse para el preolímpico de 1936, obteniendo la segunda plaza. (Jiménez 2015: 36)

Durante el régimen franquista, el deporte femenino tuvo que empezar de cero. La postura conservadora de éste, prohibió entre los años cuarenta y sesenta la participación femenina en el atletismo. Muchas de las carreras profesionales que se estaban forjando durante las décadas anteriores se vieron truncadas. La dirección del deporte español quedó encomendada a la Falange Española y el deporte femenino quedó a cargo de la Sección Femenina, que impulsaba actividades físicas “adecuadas” para las mujeres, evitando cualquier práctica deportiva con connotaciones varoniles (Macías y Moya, 1999: 47).

A partir de la década de los setenta, la práctica deportiva de las mujeres en España inició realmente su expansión. El detonante fue la Constitución de 1978, donde se remarcaba que el deporte tenía que ser reconocido como un derecho al que debían de tener acceso todas las personas sin distinción de sexo. (Macías y Moya, 1999: 48) Esta evolución acabó consagrándose con la celebración de los Juegos Olímpicos de 1992, celebrados en Barcelona. Fueron 23 los deportes (86 modalidades) donde participaban mujeres. Durante estas olimpiadas, nombres del deporte propios como Conchita Martínez, Arancha Sánchez Vicario o Miriam Blasco, se hicieron un hueco en la historia del deporte femenino nacional.

Desde entonces, el deporte femenino en España ha sufrido un crecimiento constante. Durante la década de los 90, el 29% de las mujeres practicaban deporte, en frente del 50% de los hombres. Es un dato significativo, ya que en la década de los 70, los porcentajes eran del 10% y del 18% respectivamente. Además, la creciente profesionalización de las deportistas de élite fue un fenómeno que servía como modelo para la generalización de la práctica del deporte femenino (Nash, 1992: 17).

Ya en el presente siglo, el deporte femenino ha ido consiguiendo más adeptas. A pesar de ello, en el año 2013, de las 66 federaciones nacionales existentes, 712.027 (20,9%) eran licencias federativas femeninas y 2.682.608 (79%) eran masculinas (Consejo Superior de Deportes, 2013). Además, aún hoy en día las deportistas españolas no cuentan con la paridad total de género. El progreso de las deportistas en términos de igualdad en la sociedad española no sólo se mide por el acceso de más mujeres al deporte o a la toma de decisiones, sino que es importante conocer aspectos como su realidad social y las dificultades con las que se encuentran (Leruite, 2015: 3). Y la realidad social es todavía muy desalentadora respecto a la que debería ser: sueldos desiguales, invisibilidad mediática o desigualdades legales, entre otros. Las deportistas continúan invisibilizadas en la sociedad española, en gran parte por culpa de los medios de comunicación, los cuales han contribuido a perpetuar la dominación masculina existiendo una exclusión de las mujeres en las retransmisiones deportivas, siendo los eventos deportivos cubiertos mediáticamente aquellos que refuerzan los estereotipos sociales de género (Leruite, 2015, 4). Es por eso que hasta que los factores enumerados

anteriormente no cambien, será muy complicado conseguir la paridad de género en el deporte español.

5.2- El sexismo en el deporte en España

A lo largo de los años, el sexismo ha estado muy presente tanto en el deporte español como en su representación en los medios de comunicación. Concretamente los medios de comunicación son los que más lo han reflejado continuamente. Estas actitudes son más latentes con el uso del lenguaje utilizado para referirse al deporte femenino. A la mujer se le ha solido otorgar conceptos como debilidad, no competitiva, y se le hace más hincapié a la estética que muestra. Por el contrario, a los hombres se les remarca las virtudes tales como la fortaleza, la competitividad o la valentía. “La tan reiterada afirmación de que la mujer es el “sexo débil” y no está capacitada para esfuerzos físicos importantes ha dado lugar a un descrédito social de todas aquellas mujeres que se rebelen contra esta situación y quieran ejercer y practicar todos los deportes conocidos, y que en su totalidad practican los varones”. (Salcedo, 1993:27)

Muchas de estas expresiones sexistas se han incorporado de tal forma en nuestro lenguaje diario que no somos conscientes de la connotación despectiva que tienen. Por ejemplo, frases como “corres como una chica” o “juegas como una niña” son utilizadas desde edades tempranas con la intención de ridiculizar o dejar en evidencia a las deportistas. Las principales damnificadas son las mujeres que lo practican que por culpa de expresiones como estas, tienen que demostrar su valía y sus capacidades doblemente para poder dejar atrás estas connotaciones. No sólo la sociedad o los medios de comunicación las incorporan y las muestran públicamente, sino que personajes mediáticos han corroborado esta visión sexista de las deportistas, como muestran los siguientes ejemplos:

Bernie Ecclestone, dueño de la Fórmula Uno, afirmaba en 2016: “No creo que una mujer tenga las capacidades físicas para conducir rápido un F1, y no se lo tomaría en serio”. Dos años antes, en 2014, el actual entrenador del Real Madrid, Carlo Ancelotti añadió que “El Atlético no es violento. Esto no es un juego para señoritas”, haciendo referencia otra vez a este concepto de “debilidad” de las mujeres.

Estas declaraciones podrían parecer extraídas del siglo anterior, pero la realidad es que no tienen ni cinco años de antigüedad. La concepción sexista del deporte se ha arraigado de tal forma en el imaginario social, que se refleja en las prácticas deportivas aún hoy en día y en su posterior cobertura mediática. De ahí que las barreras que las mujeres tengan que saltar y los obstáculos que tengan que superar no sean meramente individuales. Individual es, la mayoría de las veces, la decisión de las deportistas por adentrarse en un medio pensado en masculino y en unas condiciones hostiles para la mayoría de ellas,

donde el tesón personal es un factor fundamental para destacar (Ayuntamiento de Ondarroa, 2011: 5)

Durante muchos años, las mujeres deportistas han tenido que convivir con la carga social de estar en un ámbito que no les pertenece, en el cual son minoría. Aún en la década de los 70, la deportista de alta competición ha sufrido conflictos interiores en su autoestima personal al no coincidir su afición y entrega al deporte con los roles femeninos imperantes en la sociedad. En muchos casos, la deportista ha tenido que elegir entre ser mujer o atleta. Si elegía dedicarse por entero al atletismo, corría el riesgo de ser censurada socialmente y acusada de ser poco o nada femenina (Salcedo, 1993: 28).

A pesar de todo ello, en las dos últimas décadas se ha evolucionado favorablemente hacia la equidad total de género a nivel estatal. A lo largo de estos años, se ha conseguido normalizar el hecho de ver a mujeres practicando cualquier tipo de deporte ya sea individual o colectivo. Un gran avance que se ha producido es que incluso encontramos equipos de categorías inferiores femeninas que compiten en ligas masculinas, como fue el caso del equipo femenino de fútbol AEM de Lleida, que ganó la liga infantil masculina en 2017 (El País, 2017). Otro ejemplo contrario de las barreras que se están superando, tanto en una dirección como en otra, fue la creación en 2009 de un equipo masculino de natación sincronizada, algo insólito hasta entonces. A pesar de conocer sus limitaciones, tenían el objetivo de abrir el camino de la natación sincronizada masculina profesional (Marca, 2009).

5.2.1.- Estereotipos de género

Los estereotipos se basan en creencias, ideas preconcebidas y expectativas con las que se evalúa el comportamiento de las personas. Los estereotipos de género “son responsables del trato diferenciado al que son sometidos mujeres y varones, desde el inicio de la infancia, por parte de los responsables de la socialización”. Responde a diferentes características en épocas distintas lo cual permite suponer que no es tan inmutable como a veces se lo describe. Esto se refuerza con la idea de que funciona también como factor de control social: sostener estereotipos es mantener fijos los roles de hombres y mujeres.¹

Además, en los medios de comunicación deportivos, se hacen notar en mayor medida ya que encontramos, además, otras causas específicas que podríamos resumir en dos: un modelo deportivo construido por y para hombres, en el que la presencia de la mujer no se consideraba necesaria ni apropiada, y la permanencia de los estereotipos sociales de

¹ (2006). *Los estereotipos de género y la actividad física y deportiva*:
http://www.fazendogenero.ufsc.br/7/artigos/A/Antunez-Miranda_21.pdf

género que dificultan el acceso de las mujeres a los roles considerados de hombres (Alfaro, 2010: 8).

De esta manera, el estereotipo de belleza y de la deportista como objeto sexual de deseo es uno de los más abundantes. Existen deportistas que salen continuamente en los medios y consiguen los mejores patrocinios aunque, a veces, no hayan ganado ni un gran premio. Pero eso no importa, los medios destacarán cualquier aspecto deportivo o personal, para retener a la audiencia masculina. Por el contrario, las deportistas que no encajan en el ideal de belleza masculino, por muy excelentes profesionales que sean, reciben un tratamiento discriminatorio en los medios, como fue el caso de Mónica Seles² (López, 2011: 27).

“No es guapa, está gorda, tiene un juego monolítico, pero es la reina indiscutible del circuito femenino de tenis (...) Y es ahora cuando todo el mundo puede descubrir que debajo de la Mónica Seles más gorda, menos ágil, más patosa hay una personalidad fuerte, menos preocupada por las apariencias sociales, menos voluble, más impermeable” [El País 29/1/1996].

Por el contrario, existe respeto, no estereotipación, hacia el deportista cuando se habla de sus características físicas y psíquicas. Se nota la diferencia de ambos casos con total claridad, como en el ejemplo que sigue (López, 2011: 29):

“Al margen de su imponente cuerpo, de sus 193 centímetros de estatura, de su inmensa espalda, de sus marcas y sus récords estratosféricos, hay algo en el rostro de Pieter van den Hoogenband (Eindhoven, 1978) que, lejos de intimidar, inspira confianza. No es por su mirada de pillo, ni por sus sonrisa “profidén”; acaso por la simpatía que derrocha o por todo el conjunto que, salvando las distancias, recuerda un poco al actor británico Hugh Grant, aunque sin histrionismos” [El País 16/07/2003]

Pero este no es el único, otro de los estereotipos más repetidos son los que hacen referencia a la masculinidad y feminidad de los deportistas. Aún hoy en día, deportes como el fútbol, el rugby, el baloncesto o el balonmano son considerados por algunos como un deporte de hombres, en el cual las mujeres son asociadas a “marimachos” o “lesbianas”. De la misma manera, que también hay deportes como la natación sincronizada o la gimnasia rítmica que, aún hoy día, continúan teniendo una visión de exclusividad para mujeres. Esto sucede porque desde bien pequeños, a la mujer se le impone un patrón de fragilidad y sumisión, mientras que, por el contrario, al hombre se le impone el de la fuerza o la valentía.

² LÓPEZ, Pilar (2011). *Deporte y mujeres en los medios de comunicación*. Consejo Superior de Deportes. <http://www.csd.gob.es/csd/estaticos/myd/web-guia-mmcc-vp.pdf>

En este mismo marco, cabe tratar también los estereotipos relacionados con la condición sexual de las deportistas. La homofobia está muy presente en el deporte actual, convirtiéndose en muchos casos en un obstáculo para la integración de numerosas mujeres en las carreras deportivas. A pesar de ser un hecho comprobado que la orientación sexual no tiene nada que ver con las capacidades atléticas, el tópico que asegura el lesbianismo a las deportistas está muy extendido. Muchas deportistas heterosexuales tienen miedo de que se les tache de lesbianas, incluso pueden llegar a abandonar sus carreras deportivas por este motivo. Por el contrario, muchos de los padres de chicas deportistas tienen miedo a que el deporte las pueda influenciar, de tal manera que acaben “convirtiéndose en lesbianas”. Además, en el ámbito profesional, muchas deportistas homosexuales adoptan una imagen totalmente heterosexual, casándose con hombres, por ejemplo, por el miedo a perder sus patrocinadores. (Zamora, 1998: 8)

Así pues, todos estos estereotipos de género también influyen a la hora de frenar el crecimiento del deporte femenino poniendo trabas y barreras a la progresión de las deportistas. El de la homofobia no sólo comporta la discriminación de las mujeres lesbianas, sino que perpetúa el estereotipo de que los deportes no son femeninos y además masculinizan a la mujer (Zamora, 1998:8).

5.2.2.- El lenguaje sexista en el deporte

Durante años se consideró el lenguaje como un mero vehículo transmisor de las ideas. Sin embargo, el papel del lenguaje en el conocimiento es mucho más relevante. Toda nuestra vida mental está vinculada al lenguaje. Es así, como nuestro lenguaje es nuestra conciencia: conocemos, percibimos y pensamos el mundo a través del lenguaje, que nos sirve también para descubrir lo que aún no conocemos (Alfaro, 2010: 19)

Tanto el sexismo como los propios estereotipos analizados anteriormente se ven reflejados de primera mano en el lenguaje utilizado en el deporte y en los propios medios de comunicación. Este es el vehículo principal para comunicarse con la sociedad, por lo que la imagen que se proyecte desde estos medios de comunicación, será la que recibirá la gente en su día a día.

“El sector deportivo sigue utilizando un lenguaje y unos modos de comunicación que no se ajustan a esta realidad, como ocurre con el lenguaje estereotipado desde el punto de vista del género, en el que no se incluye a las mujeres e incluso se las invisibiliza o menosprecia desde el punto de vista deportivo. Frases del tipo, *corres como una nena*, son frecuentes en las canchas deportivas. Como consecuencia, muchas mujeres tienen la impresión de que juegan en “campo contrario”. (Alfaro, 2010: 8) De la misma manera, sucede que podemos esconder la presencia de una realidad no hablando de ella, como

sucede cuando se utilizan términos sexuados en masculino (muchos entrenadores apenas ganan dinero) y omitimos el término femenino. (Alfaro, 2010: 21)

La información deportiva es el fiel reflejo de esta desigualdad. En ella, las deportistas suelen ser definidas con adjetivos, diminutivos y frases condescendientes que no contribuyen a que la sociedad tome en serio su participación en los torneos y competiciones. Algunos de los titulares que se publicaban hace más de diez años eran los siguientes: “*El calentamiento de la bella sirena*”, “*La estrella más rutilante de la natación*”, “*La bella sirena alemana con cuerpo de modelo*” o “*La última muñeca de la gimnasia*”. (López, 2011: 47) Por el contrario, se nos haría extraño leer un titular que dijera “*Michael Phelps, el bello sireno estadounidense con cuerpo de modelo*” y es debido a la constante cosificación y sexualización de la mujer deportista.

Unido a todo ello, nos encontramos que la comunicación deportiva no utiliza sólo el lenguaje oral, sino que también el gestual, el escrito y el icónico, los cuales, al ser amplificados por los medios de comunicación, sobre todo los de la imagen, mantienen un discurso hegemónico sexista, masculinizado y, muchas veces, hasta ofensivo para las mujeres (Alfaro, 2010: 8):

Es el caso, por ejemplo, de una fotografía de dos saltadoras de trampolín en las piscinas olímpicas de Barcelona (ABC, 12/07/2003) , cuyo pie de foto decía: “Con la Sagrada Familia al fondo, **los saltadores** se entrenaban ayer mismo.” Está claro que el pie de foto no correspondía a aquello que se estaba mostrando en imagen, ya que se trataba de mujeres y no de hombres. Quizás no era un mero error, sino que se trataba de una forma intencionada de buscar la atracción de la audiencia (mayoritariamente masculina) mediante la imagen de dos mujeres saltadoras. (López 2011, 71)

Es el caso de una práctica bastante habitual en nuestro país, de ilustrar las informaciones protagonizadas por hombres con fotografías de mujeres consideradas atractivas por los medios; es una rutina muy común cuando se cubren campeonatos mundiales y coinciden hombres y mujeres. Una pieza del 1 de septiembre de 2002 (El País, 2002) recogía una información titulada <<*Corretja y Ferrero, las únicas apuestas*>> que iba con una foto de Serena Williams. ¿Pero realmente recogía el texto la información del juego de Williams mientras lucía su espectacular modelito del día? No. Veintidós palabras le dedicaban a Williams en toda la noticia: “*Serena, con otro modelo impactante, incluido esta vez un piercing colgado del ombligo, despachó a la francesa Nathalie Dechy en 6-1, 6-2*”. (López, 2011: 29)

Así pues queda claro, que tanto el lenguaje utilizado como la propia selección de imágenes a la hora de ilustrar según que noticias no es casualidad, ni mucho menos inocente. Por ese mismo motivo, se debe de empezar a cambiar mediante pequeños

gestos, como cuidar y adecuar el lenguaje ya que las palabras están cargadas de significado y son los medios de comunicación quienes, por su capacidad de difusión, se lo dan.

5.3- Periodismo deportivo nacional

Actualmente, los medios de comunicación de masas se han asentado de forma contundente en nuestro día a día. No podemos concebir una sociedad sin ellos. Han conseguido hacerse con el poder máspreciado de todos: tener una fuerte influencia sobre lo que piensa o dice gran parte de la población. A pesar de ello, cabe remarcar que no se encuentran en su mejor momento. La doble causalidad de la crisis económica y la crisis de valores del periodismo ha situado a esta profesión en uno de sus momentos más críticos. (Reig, 2015)³

Como un género específico del periodismo, el periodismo deportivo, inevitablemente, se convierte en un miembro en la construcción de la realidad social, por lo menos del ámbito deportivo. El periodismo deportivo es el vínculo del progreso común entre medios y deporte. Es la red que los ata, que acerca a las audiencias a ambos y sostiene un espectáculo económico, social y cultural en evolución constante. (Molina, 2009: 5)

Investigaciones demuestran que ha habido un gran aumento, como mínimo cuantitativamente, de la presencia del deporte en los medios de comunicación en países de todo el mundo, del número de diarios especializados, del número de páginas dedicadas al deporte en diarios convencionales, del número de canales de televisión deportivo o del número de horas de programación de las audiencias de programas deportivos. (Moragas, 1996: 3). Este ámbito informativo se encuentra, además, en un momento de transformación continua. La forma de comunicar y transmitir se reinventa con tal de expandirse, creando así nuevos medios de comunicación especializados.

El deporte es uno de los grandes reclamos del periodismo actual. Y así lo reflejan las audiencias que no dejan de crecer. En el pasado año 2017, las diez emisiones televisivas más vistas fueron partidos de fútbol, todos ellos superando los cinco millones de espectadores. Además, un dato relevante es que toda la hegemonía quedó repartida entre dos canales de televisión privados: Antena 3 y Telecinco.

³ REIG, Ramón. (2015). *Crisis del sistema. Crisis del periodismo: Contexto estructural y deseos de cambio*. Madrid. Gedisa.

nº	Título	Descripción	Cadena	Fecha	Día semana	Inicio	Fin	Género	Cuota	AM(000)
1	PRORROGA FU' R.MADRID-BAY		A3	18/04/2017	Martes	22:35:12	23:12:59	DEPORTES	46.7	10,010
2	FUTBOL:CHAMI JUVENTUS-R.M		A3	03/06/2017	Sábado	20:48:09	22:39:53	DEPORTES	56.9	9,620
3	FUTBOL:CHAMI R.MADRID-AT.I		A3	02/05/2017	Martes	20:46:39	22:36:53	DEPORTES	49.5	9,560
4	FUTBOL:CHAMI R.MADRID-BAY		A3	18/04/2017	Martes	20:45:41	22:35:12	DEPORTES	41.9	7,978
5	CHAMPIONS TC		A3	02/05/2017	Martes	19:58:54	22:40:33	DEPORTES	43.2	7,407
6	CHAMPIONS TC		A3	18/04/2017	Martes	20:08:06	23:20:43	DEPORTES	39.7	7,215
7	FUTBOL:CHAMI NAPOLES-R.MA		A3	07/03/2017	Martes	20:45:38	22:35:17	DEPORTES	36.9	7,154
8	FUTBOL:SUPER R.MADRID-BAR		T5	16/08/2017	Miércoles	22:59:33	24:48:49	DEPORTES	50.5	7,139
9	FUTBOL:SUPER BARCELONA-R.I		T5	13/08/2017	Domingo	22:01:31	23:50:38	DEPORTES	47.8	7,106
10	FUTBOL:CHAMI R.MADRID-TOT		A3	17/10/2017	Martes	20:47:04	22:36:36	DEPORTES	35	6,601

Gráfico extraído de las 50 emisiones más vistas del 2017 en televisión / Barlovento Comunicación.

De la misma forma que, en el caso de la prensa escrita, de los tres diarios con más lectores diarios, dos de ellos son exclusivamente deportivos. Es un dato relevante, que muestra la importancia que tiene la prensa deportiva en nuestro país. Actualmente, según datos del Estudio General de Medios, en la oleada de abril de 2017 a marzo de 2018, el periódico más leído a nivel estatal es el Marca con 1.843.000 lectores al día, seguido de El País con 1.128.000 lectores diarios y en tercer lugar se sitúa As, con un total de 926.000 lectores diarios.

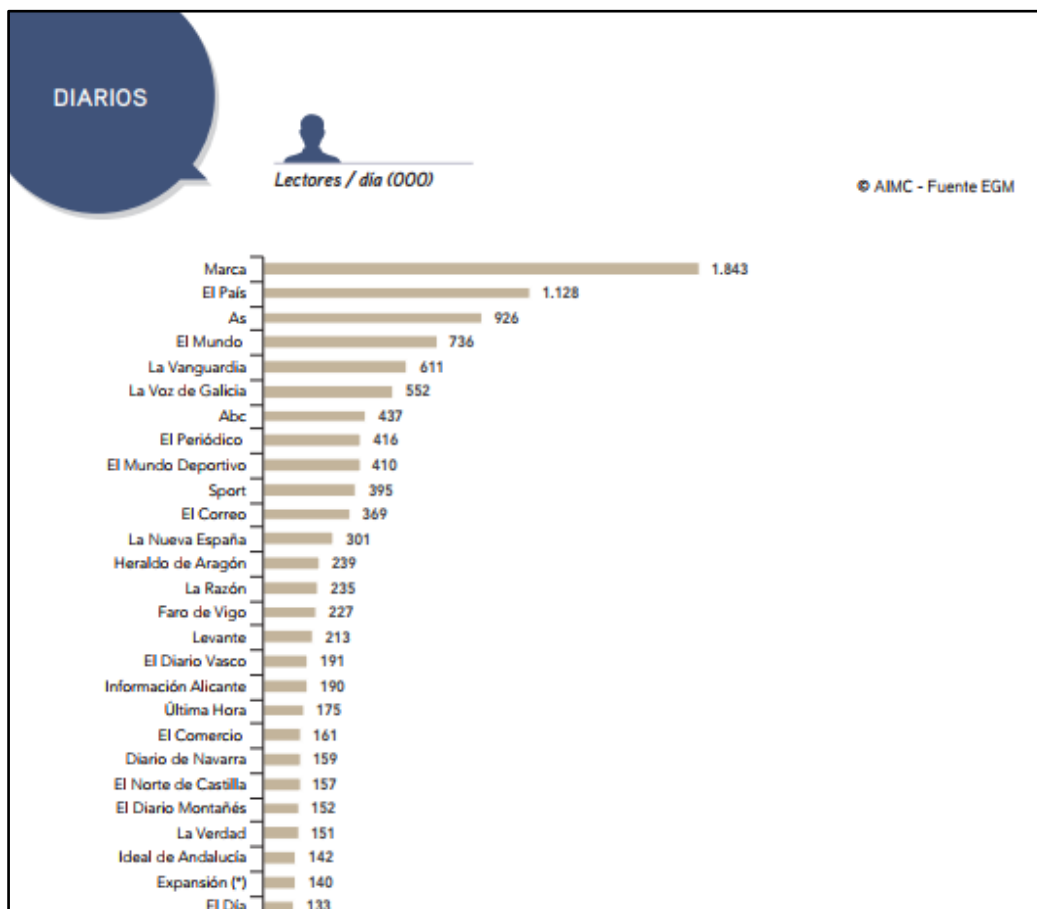


Gráfico extraído del Estudio General de Medios (Ranking de medios impresos entre marzo de 2017 y abril de 2018).

Otro sector que está notando el auge del periodismo deportivo es Internet. Muchos de estos medios tradicionales aprovechan el tirón para conseguir, a través de sus nuevos medios digitales, audiencias fieles y renovadas. Según la oleada de febrero a marzo de 2018 del Estudio General de Medios, de los 15 sitios web más visitados durante esos treinta días, cuatro de ellos eran la versión digital de la prensa deportiva escrita:

- 4º lugar: **Marca.com**, con un total de 4.638 visitantes únicos.
- 6º lugar: **As.com**, con un total de 2.439 visitantes únicos.
- 13º lugar: **Elmundodeportivo.com**, con un total de 1.370 visitantes únicos.
- 15º lugar: **Sport.es**, con un total de 1.111 visitantes únicos.

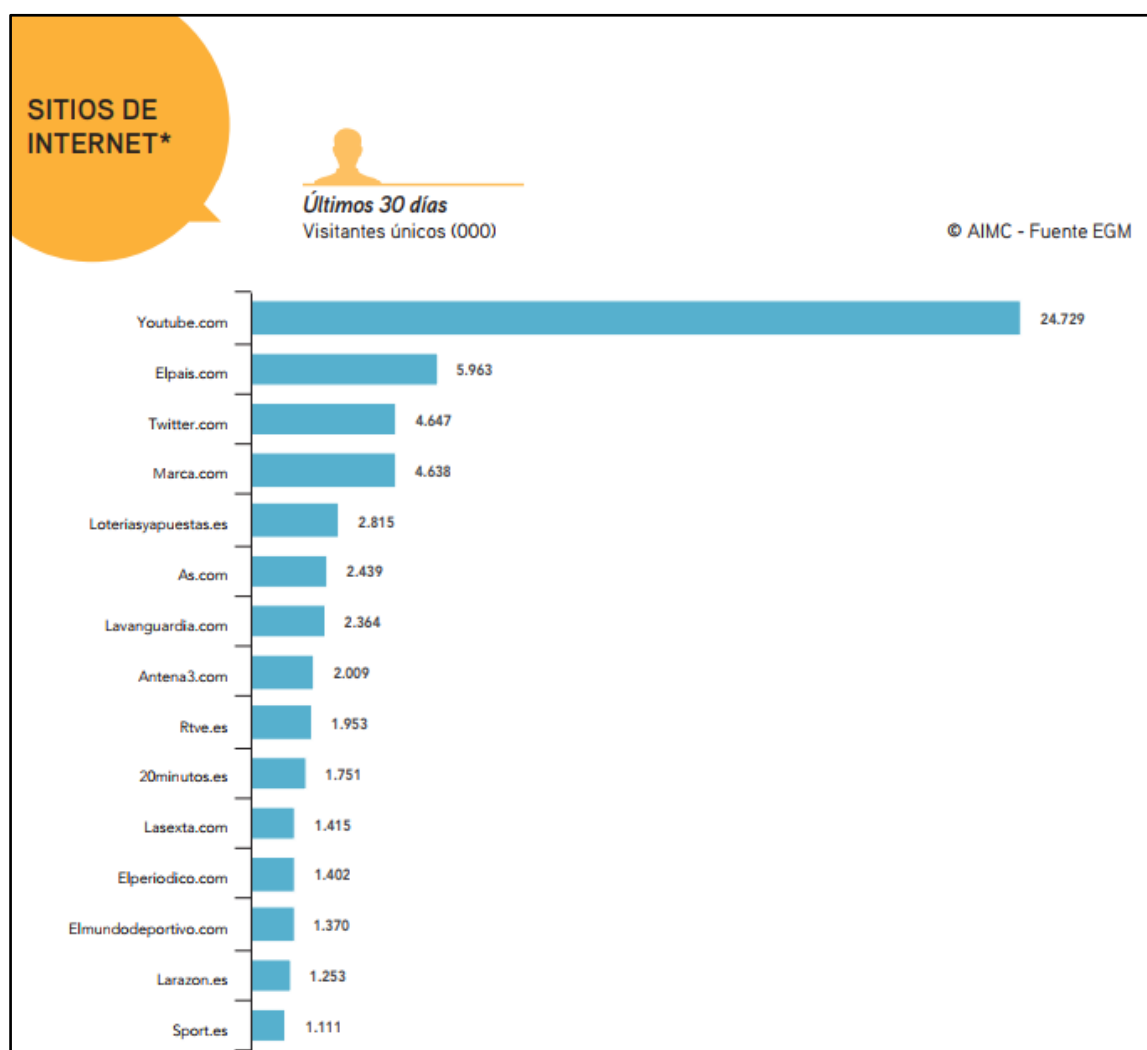


Gráfico extraído del Estudio General de Medios (Audiencia de Internet en el EGM: Febrero - Marzo 2018)

5.3.1- Presencia de la mujer deportista en el periodismo deportivo

Esta hegemonía del deporte en la comunicación no es igual para todos. El periodismo deportivo centra su mirada única y exclusivamente en las competiciones masculinas. “Las mujeres tenemos la sensación de que el deporte femenino no es seguido por los medios, así decía Nieves Ucendo en un estudio realizado sobre Mujer deportista en los Medios en 2001: *“las mujeres que hacen deporte parecen invisibles. No están para los medios. No aparecen. No venden. Y si no vendes, no existes. Sólo en tiempo de Olimpiada es posible seguir el deporte femenino en los medios de comunicación generales, o bien cuando una mujer gana una competición de altísimo nivel...”* (Angulo, 2007:3).

Este factor está relacionado también con la poca presencia de mujeres periodistas deportivas en los medios de comunicación. Partiendo de la base que, según lo heredado a lo largo de los años, la lógica masculina es la que impera en el deporte, no es de extrañar que esta concepción androcéntrica alcance también al ejercicio de la profesión periodística deportiva. Todavía a día de hoy “existe una idea generalizada de que las mujeres no entienden de deportes” (Pedraza Bucio, 2012: 57)

Son varios los estudios que se han realizado a lo largo de estos últimos años para analizar la presencia de la mujer en el periodismo deportivo. Eugenia Ibáñez (2001) en su artículo *Información sobre deporte femenino: el gran olvido*, retrata la situación del año 1995 y 1999 para observar su posterior evolución. En su estudio recoge que “la presencia de la mujer deportista en los seis diarios ha sido poca y mala, muy mala, porque una parte importante de las informaciones que tenían a la mujer como objetivo primaban lo anecdótico sobre lo técnico, y la frivolidad sobre la práctica deportiva, cuando no ridiculizaban aspectos que en el deporte masculino nunca eran destacados ni elogiados”. (Ibáñez 2001: 2). Según este estudio, en 1995 el 4% de las informaciones correspondían a mujeres deportistas, mientras que en 1999 tan sólo lo eran un 2%. Por otro lado, en 1995, tan sólo el 3,44% eran imágenes de mujeres deportistas, mientras que en 1999 sólo lo fueron un 0,4%. Además, el trato lingüístico que recibía la mujer en la prensa deportiva “obedecía con excesiva frecuencia a motivos muy diversos, no necesariamente relacionados con la práctica deportiva. Podían ser estéticos, por aquello, quizá, de que hay que alegrar la vista al lector varón, anecdóticos y curiosidades varias, otorgando a la mujer el papel de comparsa, divertimento o descanso del lector en múltiples facetas (Ibáñez, 2001:3).

Con la entrada del nuevo siglo, esta dinámica empezó a evolucionar favorablemente, aunque a un ritmo muy pausado. Marta Angulo (2007) en su estudio *Las imágenes de las deportistas en los medios de comunicación* introduce el análisis de prensa deportiva, en concreto, analiza Marca, As y Mundo Deportivo. Teniendo en cuenta que no analiza las páginas de los diarios dedicadas al fútbol – lo que supone más de un 50% -, y que su estudio se centra en dos semanas concretas de 2007, los datos son relevantes, sólo un 8,61% de las informaciones las protagonizan mujeres, frente al

91,39% de las informaciones protagonizadas por hombres, y respecto a las fotografías un 7% representaban a mujeres deportistas, periodistas o dirigentes deportivas, de un total de 1.586 fotos de deporte polideportivo (sin fútbol) (Sainz de Baranda, 2013: 107). En cuanto al trato que se le daba a estas noticias, el estudio recoge un artículo del diario AS en el que para ilustrar un artículo se reproducía una portada de una revista donde aparecía la mujer de un jugador de baloncesto haciendo topless.

5.3.2- La prensa deportiva en España

La prensa deportiva a nivel estatal cuenta con un dominio casi total respecto a otras publicaciones generalistas, como se ha visto en los apartados anteriores. Según datos del Estudio General de Medios son, principalmente, tres las publicaciones deportivas que se reparten la audiencia: MARCA, AS y Mundo Deportivo. Es por eso, que tanto en el estudio del cual se parte, de Marta Angulo (2007), como en el que se realizará en este trabajo posteriormente, se han escogido estos tres diarios deportivos, ya que son los que cuentan con más lectores a nivel estatal.

El periódico que a día de hoy cuenta con más lectores en España es el diario MARCA (EGM abril 2017 - marzo 2018). Supera así a las publicaciones generalistas más consultadas como El País o El Mundo. El diario MARCA nació el 21 de diciembre de 1938 en San Sebastián de la mano del editor Manuel Fernández-Cuesta Merelo. Precisamente a finales de este presente 2018 se cumplirá su 80º cumpleaños. Es un diario especializado en información deportiva que tiene una tirada media de 413.252 ejemplares diarios según datos de la Oficina de la Justificación de la Difusión (OJD). A través de sus años de historia se ha consolidado como el periódico referente de la información deportiva. Su núcleo fuerte es y ha sido durante toda su trayectoria el fútbol, aunque también da voz a todo tipo de deportes en su sección polideportiva.

En segundo lugar, el diario AS es una publicación deportiva, perteneciente al grupo PRISA, que fue fundada en 1967 por Luis Montiel Balanzat. Hoy en día es el segundo periódico deportivo más leído y el tercero a nivel generalista, por detrás de El País (EGM abril 2017 - marzo 2018). En 2017 contó con un total de 89.555 ejemplares únicos y en cuanto a la difusión, se situó en 109.157 unidades. Es un periódico que, de la misma forma que MARCA, centra su atención mayoritaria en el fútbol y concretamente en la actualidad deportiva del Real Madrid. Ambos siguen una línea muy parecida ya que también dedican espacio a las noticias polideportivas pero en menor medida y hacia el final del periódico. Además, una de las secciones más populares de esta publicación es la contraportada, llamada “Chica del As”, con mujeres deportistas o modelos relacionadas con el deporte, que se incluye desde la fundación del diario.

En último lugar, Mundo Deportivo es una publicación especializada en deportes que nació el 1 de febrero de 1906 y actualmente es la más antigua a nivel estatal. Es perteneciente al grupo Godó y de todos ellos es el que más historia tiene. En sus inicios se centraba especialmente en la actualidad futbolística del Fútbol Club Barcelona y también en el sector polideportivo. Actualmente, continúa centrando su atención en el fútbol masculino y concretamente en la actualidad del club azulgrana, aunque también destaca por proporcionar variedad y pluralidad en la sección polideportiva, en las modalidades de motor o baloncesto entre otras. A diferencia de los dos anteriores, ésta es una publicación editada en Cataluña. Según datos de la OJD en 2017, Mundo Deportivo acumuló una tirada de 35.979 ejemplares y su difusión fue de 50.294 ejemplares.

6.- ANÁLISIS

Siguiendo el análisis del estudio *Las imágenes de las deportistas en los medios de comunicación* (Angulo, 2007) se han analizado las publicaciones de MARCA, AS y Mundo Deportivo durante el intervalo de tiempo entre el 21 de septiembre y el 8 de octubre de 2017. Se ha hecho una diferenciación entre los resultados cuantitativos, que vienen del análisis objetivo de las publicaciones, y los resultados cualitativos, que incorporan una investigación más subjetiva y analítica.

Antes de plasmar los resultados, se explicará detalladamente en qué consiste cada columna de la tabla utilizada para extraer los datos objetivos. En primer lugar, aparece el nombre de cada publicación con su correspondiente día que se analiza. A continuación, hay un apartado denominado “Páginas” que cuenta con cinco columnas diferentes. La primera de ellas es el número total de páginas del diario. La segunda recuenta el total de páginas dedicadas al fútbol en general y su correspondiente tanto por ciento (respecto al total de páginas del diario). Por último, la columna llamada “Mujeres” hace referencia a las páginas dedicadas al fútbol femenino, que se encuentran dentro del número total de páginas dedicadas al fútbol, y su correspondiente tanto por ciento.

El segundo bloque analítico centra su atención en las noticias polideportivas. En la primera columna (“Total”) se encuentra el número de noticias polideportivas, tanto masculinas como femeninas, que aparecen en el diario. A continuación, hay una nueva división, denominada “Mujeres” que se centra ya en el análisis más profundo de las noticias polideportivas protagonizadas por mujeres. Las tres primeras columnas de este apartado (½ PÁG, ¼ PÁG y más pequeña) se centran en la clasificación de estas noticias según el espacio que ocupan. Finalmente, se produce el recuento final de noticias polideportivas femeninas y su correspondiente tanto por ciento.

Finalmente, el tercer bloque (“Fotos polideportivas”) analiza las imágenes polideportivas protagonizadas por mujeres. No se han contabilizado las fotografías de fútbol (ni masculino ni femenino) ya que en el estudio *Las imágenes de las mujeres deportistas en los medios de comunicación* (Angulo, 2007) especifica concretamente que no forman parte del análisis fotográfico. Este bloque reproduce exactamente el anterior de noticias polideportivas. En primer lugar, aparece el recuento total de imágenes polideportivas que incluye la publicación. A continuación, se profundiza más observando su tamaño (½ PÁG, ¼ PÁG y más pequeña). En estas columnas se clasifican las imágenes según el espacio dedicado. Las dos últimas columnas incluyen el total de fotografías polideportivas femeninas y su correspondiente tanto por ciento.

El cuadro analítico también incluye un apartado de observaciones que permite incluir aquellos detalles que resaltan en la investigación por el motivo que sea. Además, las dos últimas filas sirven para observar el recuento final de cada columna. Por ejemplo, la penúltima fila denominada “Totales” realiza la suma de cada aspecto analizado durante

todos los días y todas las publicaciones. Finalmente, la última fila llamada “Media” calcula la media de todas las columnas independientemente.

6.1- Resultados cuantitativos

En este apartado se analizan los resultados extraídos de los datos numéricos del estudio “Las imágenes de las deportistas en los medios de comunicación” (Angulo, 2007) y de la presente investigación (“La evolución del deporte femenino en la prensa escrita deportiva”). Ambas tablas estadísticas se encuentran representadas al completo en el Anexo 1 y en el Anexo 2.

6.1.1- Páginas

Durante los días 21 de septiembre y 8 de octubre de 2017 se han analizado un total de 2.400 **páginas** de diario, mientras que en el estudio anterior (Angulo, 2007) fueron 2.313. Anteriormente, los diarios deportivos contaban con una media de 50,28 páginas al día, mientras que hoy en día la media es de 44,44 páginas. A pesar de que los periódicos de 2017 tienen menos páginas de media, el número total de páginas es superior, ya que en el estudio inicial no aparece el análisis de MARCA y Mundo Deportivo del 30 de septiembre, mientras que en el estudio actual sí se han tenido en cuenta todos los periódicos de esta fecha.

Gráfico núm.1: Número de páginas analizadas



*Gráfico de elaboración propia a través de los datos extraídos en la investigación.

Gráfico núm.2: Media de páginas al día por publicación

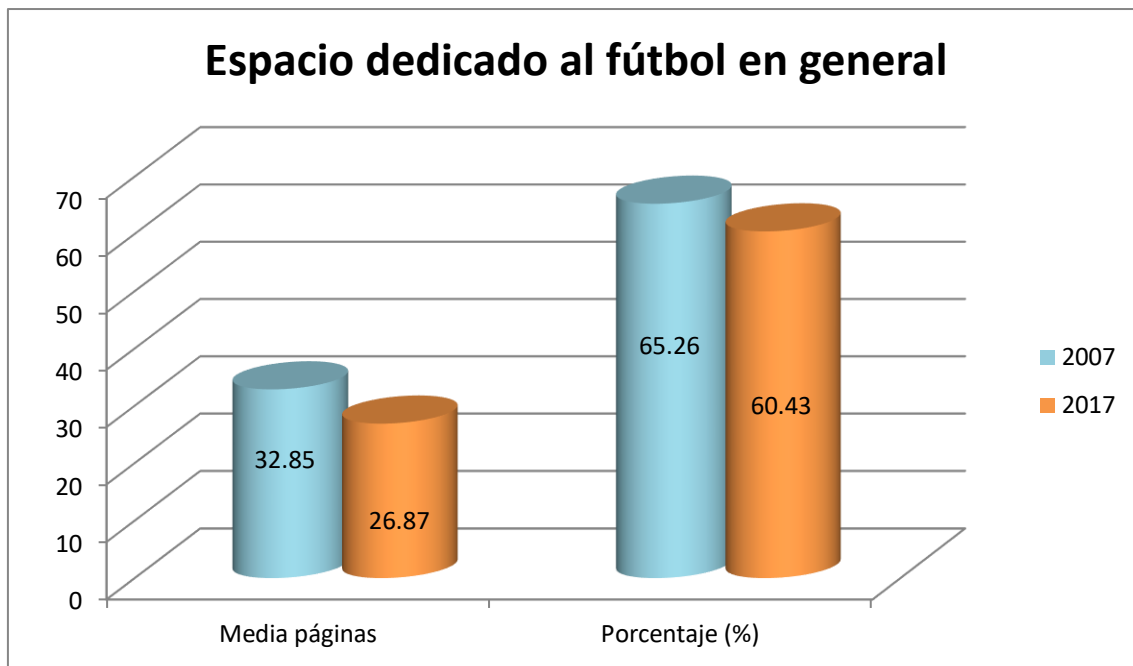


*Gráfico de elaboración propia a través de los datos extraídos en la investigación.

En el estudio actual (2017), de todas estas páginas analizadas, se ha dedicado al **fútbol** en general una media al día de 26,87 páginas por publicación. Lo que supone más de la mitad, contando que anteriormente hemos comentado que los diarios contaban con una media de 44,44 páginas. Hay días en los que el dominio del fútbol masculino es abrumador, ya que la presencia de fútbol femenino es nula. Por ejemplo, el día que mayor número de páginas se le dedicaron al fútbol fue el 26 de septiembre mediante Mundo Deportivo. En aquel día, de 40 páginas publicadas, 32 trataban de fútbol y ninguna de ellas era protagonizada por mujeres. Lo que supone un 80% de presencia del fútbol masculino sobre el total de páginas del periódico.

Un dato revelador del estudio actual es que de los 18 días analizados, tan sólo hay un día donde Mundo Deportivo le dedica al fútbol menos de la mitad de sus páginas (47,92%). En el resto de días y de publicaciones analizadas, el fútbol supera el 50% de páginas dedicadas. En 2007, todos los días analizados contaban con más de un 50% de fútbol en sus páginas. De todas formas, en estos diez años de diferencia, el tanto por ciento dedicado al fútbol en general se ha reducido levemente. En 2007, implicaba un 65,26% sobre el total de páginas del periódico, mientras que actualmente representa un 60,43%. Es decir, ha disminuido un 7,40% la presencia de fútbol en las publicaciones.

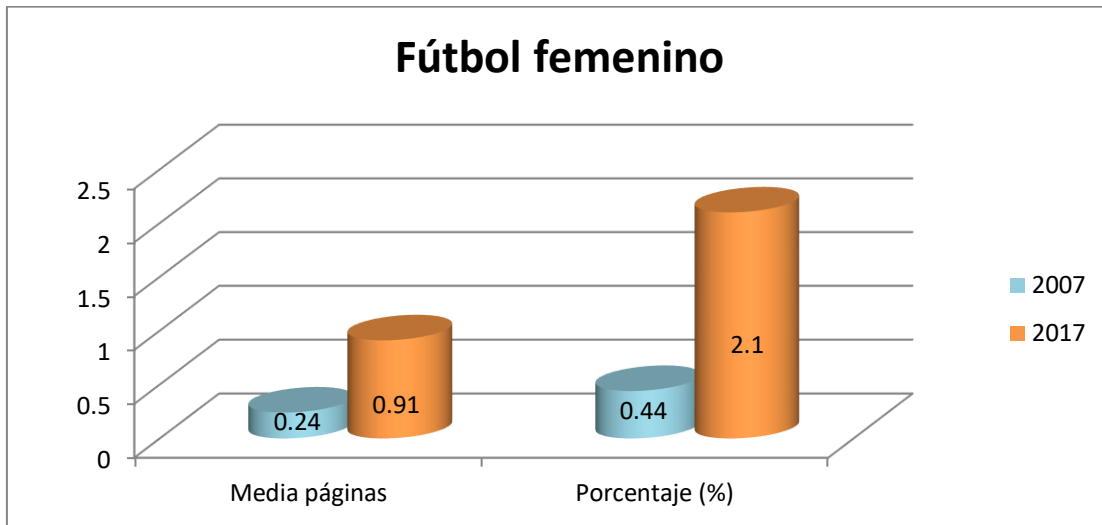
Gráfico núm.3: Espacio dedicado al fútbol (tanto masculino como femenino)



*Gráfico de elaboración propia a través de los datos extraídos en la investigación.

Esta jerarquía del fútbol masculino se comprende mejor observando los datos de las páginas dedicadas al **fútbol femenino**. En el presente estudio tan sólo se han contabilizado un 2,10% del total de las páginas de los periódicos que traten sobre fútbol femenino. Tan sólo supone una media de 0,91 páginas de fútbol femenino por publicación en todo el período analizado. Por el contrario, hace 10 años las cifras eran aún más negativas. En los 18 días de análisis tan sólo se contabilizó un 0,44% de fútbol femenino. Además, suponía, tan sólo, una media de 0,24 páginas de fútbol femenino por periódico en el período total investigado. Por lo tanto, si en 2007 el tanto por ciento dedicado al fútbol femenino era de 0,44% y en 2017 ha sido de 2,04%, en total ha habido un incremento del 363,63%.

Gráfico núm.4: Páginas dedicadas al fútbol femenino

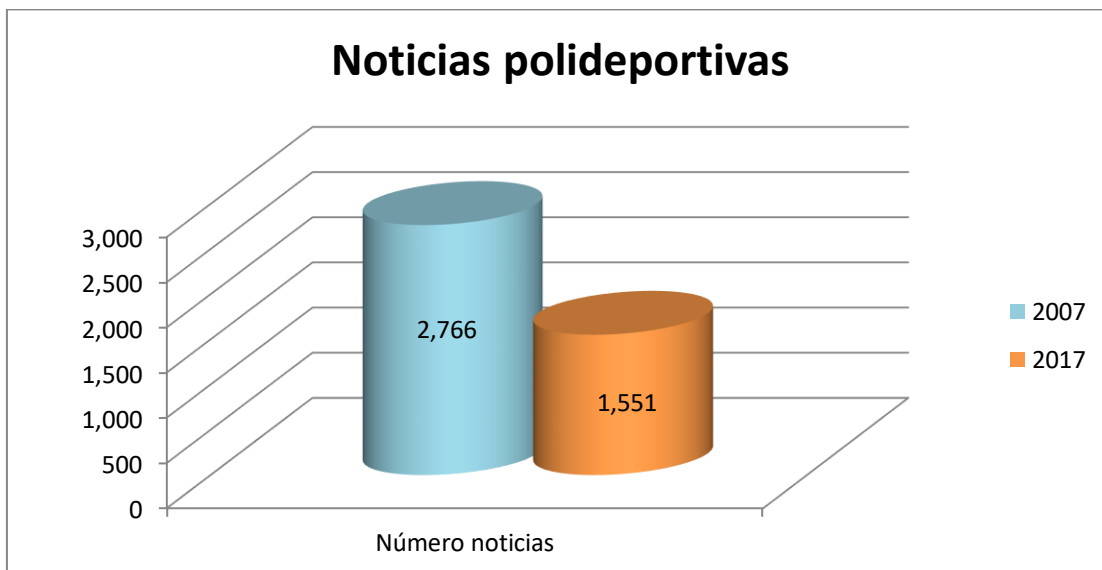


*Gráfico de elaboración propia a través de los datos extraídos en la investigación.

6.1.2- Noticias polideportivas

En el presente estudio se han contabilizado las noticias polideportivas total que aparecen en el diario para posteriormente poder realizar la comparativa de noticias masculinas y femeninas. En 2017, se han analizado un total de 1.551 noticias polideportivas tanto masculinas como femeninas. Por el contrario, en el estudio de 2007 se analizaron un total de 2.766 noticias polideportivas de ambos sexos.

Gráfico núm.5: Cantidad de noticias polideportivas analizadas

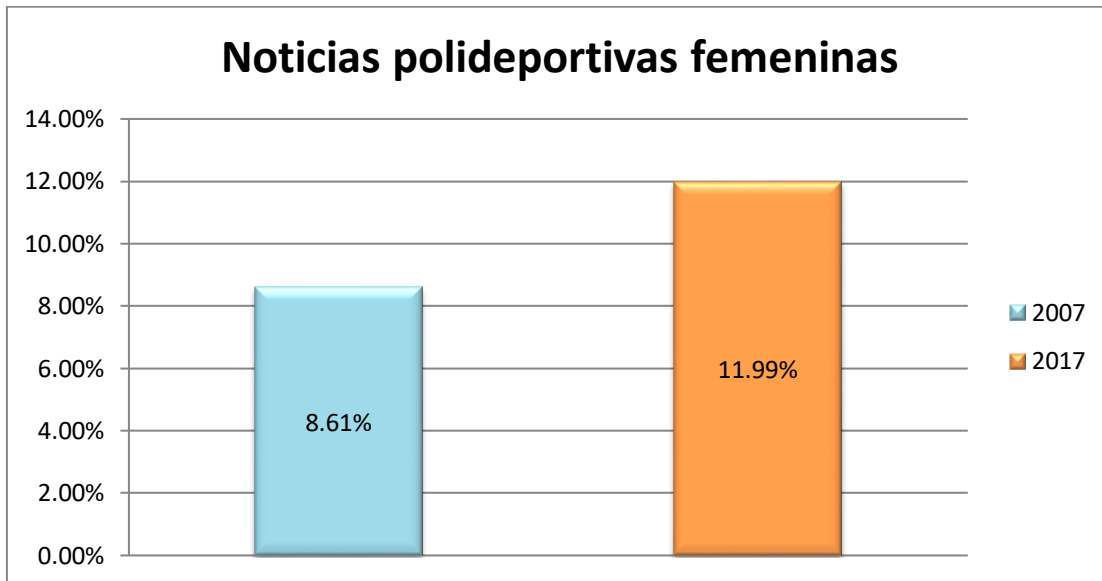


*Gráfico de elaboración propia a través de los datos extraídos en la investigación.

Del global de noticias polideportivas contabilizadas en el año 2017 (1.551 en total), tan sólo un 11,99% han sido protagonizadas por mujeres. Un dato que muestra la poca

presencia con la que cuentan las deportistas españolas en la prensa deportiva diaria, incluso en el ámbito polideportivo. A pesar de todo ello ha habido una ligera evolución favorable, ya que en 2007 el porcentaje de noticias polideportivas femeninas era de 8,61%. Por lo tanto, en esta última década ha habido un incremento del 39,26%.

Gráfico núm.6: Porcentaje de noticias polideportivas femeninas (sobre el total)



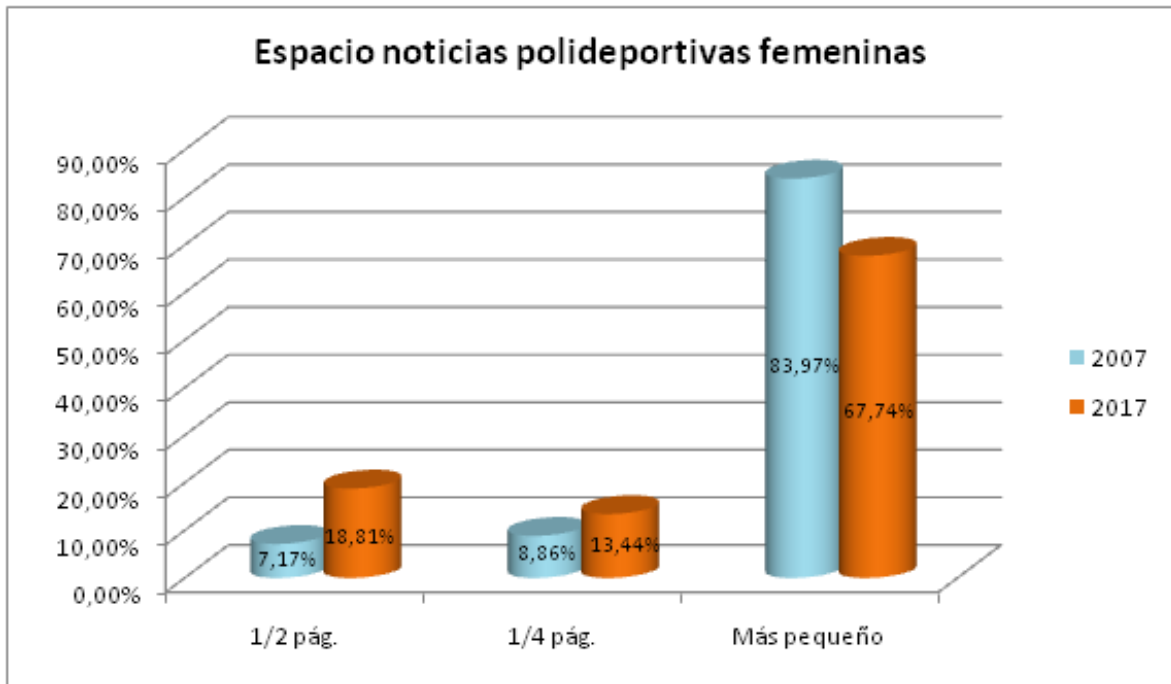
*Gráfico de elaboración propia a través de los datos extraídos en la investigación.

En cuanto al **espacio** que ocupa cada una de estas noticias, encontramos una mejora notable. En el presente trabajo, de las noticias protagonizadas por mujeres, un 18,81% correspondía a piezas que ocupaban media página mientras que en 2007 representaban un 7,17%, por lo tanto ha habido un aumento del 162,34% de noticias polideportivas femeninas de gran tamaño.

En segundo lugar, en el presente estudio un 13,44% de las noticias polideportivas femeninas tenían un tamaño de $\frac{1}{4}$ de página. En el estudio original, estas mismas noticias tan sólo representaban un 8,86%. Por lo tanto, en esta ocasión el incremento ha sido del 51,69%.

Finalmente, en 2017, las noticias polideportivas femeninas que ocupan un espacio más pequeño que los nombrados anteriormente suponen un 67,74%. Una década antes, estas mismas noticias representaban un 83,97%. En este caso, ha habido una disminución del 19,33%, la cual es positiva, ya que la presencia de la mujer ha aumentado su ocupación en el ámbito polideportivo, en lo que al espacio se refiere.

Gráfico núm.7: Espacio dedicado a las noticias polideportivas femeninas

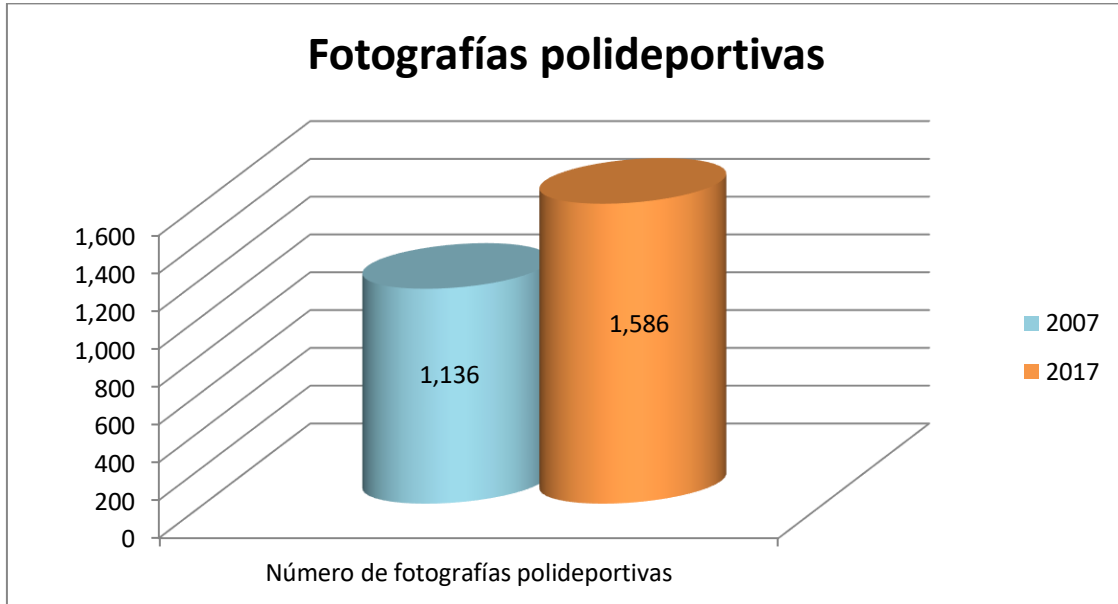


*Gráfico de elaboración propia a través de los datos extraídos en la investigación.

6.1.3- Fotografías polideportivas

Por último, el tema de las imágenes polideportivas es bastante revelador, ya que el simple hecho que una noticia incorpore o no una fotografía muestra la importancia que se le da a esa pieza. También es importante ya que el hecho de que una noticia tenga o no una imagen afecta directamente al espacio total que ocupará la pieza. En el presente trabajo se han contabilizado un total de 1.136 imágenes tanto de hombres como de mujeres. En 2007, pero, el total de imágenes fue superior, concretamente de 1.586.

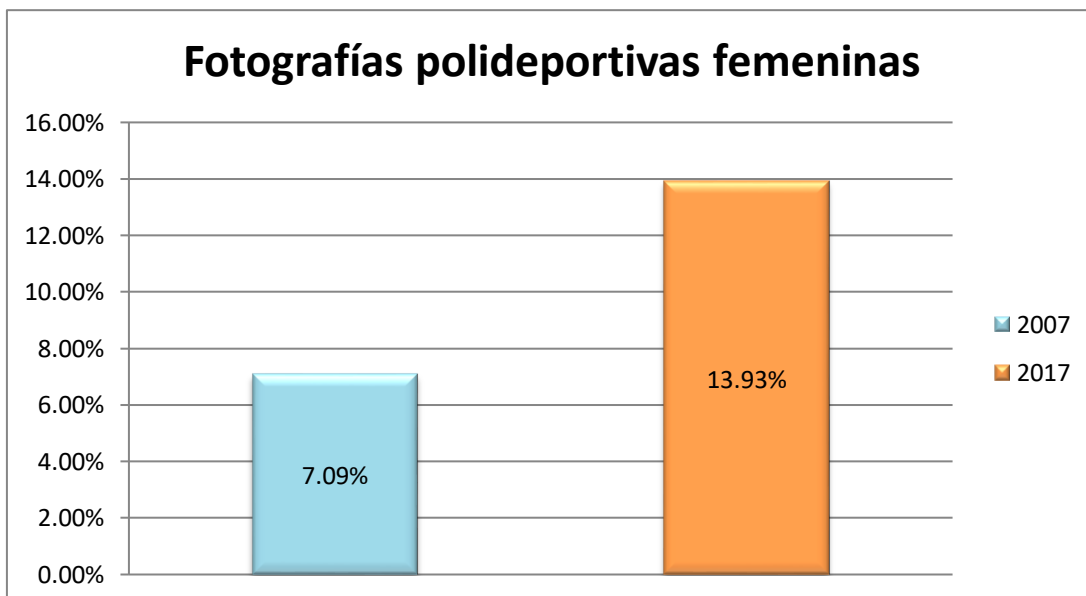
Gráfico núm.8: Cantidad de fotografías polideportivas (tanto masculinas como femeninas)



*Gráfico de elaboración propia a través de los datos extraídos en la investigación.

En 2017, tan sólo ha habido un 13,91% de representación gráfica femenina en la sección de polideportivo. Hace 10 años, este porcentaje era menor, concretamente del 7,09%. Por lo tanto, en esta última década, la presencia de imágenes polideportivas femeninas ha aumentado en un 96,19%.

Gráfico núm.9: Porcentaje de fotografías polideportivas femeninas



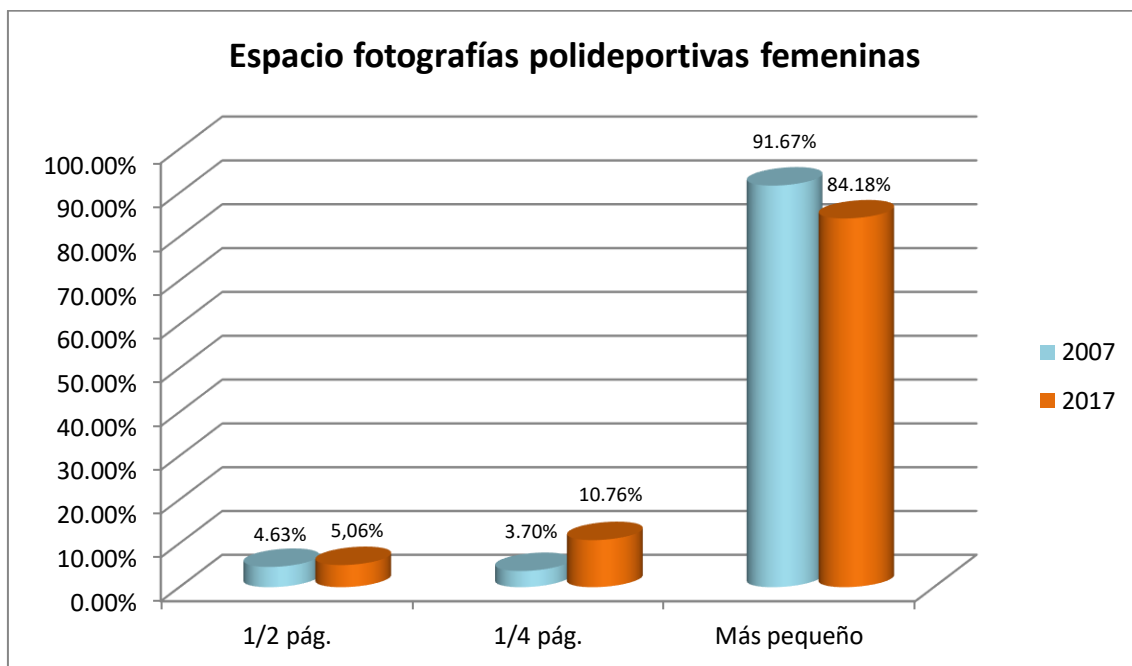
*Gráfico de elaboración propia a través de los datos extraídos en la investigación.

En cuanto al **espacio** dedicado, en el presente estudio, de las fotografías femeninas analizadas, el 5,06% ocupaba media página. A pesar de ello, en 2007, la cifra era aún más baja, representando tan sólo el 4,63%. Es decir, que en el intervalo entre un estudio y otro se ha producido el leve incremento del 9,29%.

En segundo lugar, se ha observado que actualmente el 10,76% de las imágenes analizadas corresponden al tamaño de $\frac{1}{4}$ de página, mientras que en el estudio replicado estas mismas imágenes corresponden tan sólo al 3,70%. Por lo tanto, se ha producido un incremento del 190,81%.

Finalmente, en el presente estudio, las imágenes con un espacio menor al mencionado anteriormente representan el 84,18%, mientras que en 2007, las fotografías más pequeñas representaban el dominante 91,67%. Por lo tanto, entre los dos estudios ha habido una disminución del 8,17%.

Gráfico núm.10: Espacio dedicado a las fotografías polideportivas femeninas



*Gráfico de elaboración propia a través de los datos extraídos en la investigación.

6.2- Resultados cualitativos

Después de la parte cuantitativa, cabe prestar atención a los resultados cualitativos extraídos del análisis de los artículos. El análisis cualitativo llevado a cabo en 2007 se puede consultar en el Anexo 2.

6.2.1. Lenguaje

La investigación cualitativa se ha centrado primordialmente en el lenguaje, en la presencia o no de estereotipos y la función de las imágenes. Además, esta parte cualitativa se ha visto reforzada con la realización de diferentes entrevistas a profesionales del sector.

MARCA	
ARTÍCULO	ANÁLISIS
“Suspense en la WTA (24/09)	<p>-Es una noticia sobre la tenista Garbiñe Muguruza y ocupa casi media página en la sección de polideportivo. El subtítulo que le acompaña dice <i>“Garbiñe cae en las semifinales de Tokio con Wozniacki”</i>.</p> <p>-Tras unas declaraciones de la tenista, el periodista escribe <i>“así lo resumía la pupila de Sam Sumyk”</i>, haciendo referencia a su entrenador.</p> <p>-A priori puede parecer una frase inofensiva y poco destacada, pero incorpora una tendencia muy habitual a la hora de tratar las noticias protagonizadas por mujeres. Esta tendencia es la de asociar y subordinar siempre a la deportista a la figura masculina, ya sea su entrenador, su marido, etc: <i>“La pupila de... La pareja de... La novia de...”</i>. En las noticias masculinas, estas tendencias son inexistentes.</p>

<p>“Martina Piemonte, una Miss en Sevilla” (25/09)</p>	<p>-La pieza periodística presenta al nuevo fichaje del Sevilla femenino resaltando un hecho ajeno al fútbol y relacionado con su físico: “<i>Martina Piemonte, una Miss en Sevilla</i>”. Este titular incorpora el estereotipo de la cosificación de las deportistas, a las cuales se les menciona más sus cualidades físicas que deportivas.</p> <p>-El antetítulo de la noticia es: “<i>Fue concursante de Miss Italia en 2015</i>”. De nuevo, vuelve a hacer hincapié en un hecho relacionado con su aspecto físico.</p> <p>-El subtítulo prosigue centrándose en su aspecto físico por encima del deportivo: “<i>Tiene 19 años, 178 centímetros de altura, es internacional con la “Azurra” y le gustan las artes marciales</i>”.</p> <p>-Dedica los dos primeros párrafos a hablar de sus cualidades futbolísticas, pero en el tercer párrafo vuelve otra vez a hacerse referencia a su presencia física: “<i>Martina nunca pasa desapercibida. Ni dentro ni fuera del campo. Es imagen de New Balance y hace dos años se presentó al certamen de Miss Italia 2015 junto a otras dos futbolistas: Debora Novellino (Bari) y Alessia Sgaggiaro (Roma). “Fue una experiencia bonita, pero algo circunstancial. Mientras estuve en Italia hice algunos trabajos como modelo, pero ahora estoy centrada en mejorar como futbolista</i>”. Ella misma remarca que fue un tema circunstancial y que prefiere centrarse en el fútbol, pero el artículo no lo plasma así. A pesar de ello, la noticia le da mucha importancia por lo que se ha comentado anteriormente, por la constante cosificación de las deportistas, anteponiendo sus cualidades físicas a las profesionales o deportivas.</p> <p>-Así pues, un artículo que en un principio sirve para presentar un nuevo fichaje, termina siendo un cúmulo de estereotipos (cosificación y predominio del físico por encima de lo profesional) que muestran las tendencias sexistas aún presentes en el lenguaje, en cuanto a noticias femeninas se refiere.</p>
<p>(PORTADA) “Son las mejores” (26/09)</p>	<p>-Portada dedicada al fútbol femenino con motivo de los premios de Fútbol femenino de MARCA. A lo largo del diario se redactan diversos artículos explicando el evento.</p> <p>-Se comienza a describir la gala de esta manera: “<i>Jennifer Hermoso deslumbró a todos con su vestido negro, pero sobre todo con los 35 goles que marcó el año pasado con la elástica del Barcelona</i>”. De nuevo se antepone el aspecto físico al profesional.</p>

	<p>-A la hora de describir los premios otorgados observamos ciertas tendencias estereotipadas. En el premio pichichi otorgado a Jennifer Hermoso encontramos este titular: <i>“Una bailarina con botas de tacos”</i> y la primera frase es <i>“Luce el mismo dorsal (10) que Neymar en el PSG, al que llegó como estrella. Su abuelo, el gran culpable de su pasión por el fútbol”</i>.</p> <p>En este caso, aparece el estereotipo que representa que las mujeres que practican deporte deben de ser <i>“finas”, “esbeltas”</i> o <i>“femeninas”</i>, de ahí que se compare a Jennifer Hermoso con una bailarina.</p> <p>En segundo lugar, una tendencia también muy reiterada es la subordinación de la deportista a las figuras masculinas. En primer lugar, inicia la descripción limitándose a decir que lleva el mismo dorsal que Neymar, en vez de destacar alguna cualidad o característica suya. Otra vez más, su éxito aparece asociado a otra figura masculina, en este caso su abuelo.</p> <p>-El siguiente premio, el Zamora, otorgado a Christiane Endler, aparece descrito así: <i>“Se acabó decantando por el fútbol. Buena culpa de ello la tiene su hermano mayor Nicolás, quien la utilizaba de diana en el salón de su casa cuando apenas era una niña de cinco años”</i>. Y prosigue: <i>“Comenzó siendo delantera, pero el internacional chileno Marco Antonio Cornejo la convenció para que pasara de marcar goles a pararlos”</i>.</p> <p>De nuevo, observamos la tendencia de subordinación y asociación del éxito de una deportista a la figura del hombre. En este caso, su hermano y su entrenador. Con estos usos del lenguaje se da a entender como que todas sus decisiones vienen causadas por ellos.</p> <p>-Además, en uno de los despieces de la sección dedicada a los Premios MARCA de fútbol femenino, aparece tal artículo: <i>“Un día como Cristiano y Messi”</i>. En él se explica cómo fue la llegada desde París de las jugadoras Christiane Endler y Jennifer Hermoso. Se vuelve a repetir esta tendencia de constante subordinación a las ‘estrellas’ masculinas (anteriormente con Neymar) y ahora con Cristiano y Messi: <i>“Jenni Hermoso y Christiane Endler, pichichi y Zamora respectivamente, vivieron 24 horas como sus homólogos masculinos”</i>.</p>
--	---

<p>“Zidane da alas a Julia Castro” (29/09)</p>	<p>-Julia Castro es la quinta del ranking mundial de Kiteboarding y el titular pone por delante, prioriza a Zidane, una figura masculina que poco tiene que ver en sus logros profesionales. El lenguaje vuelve a invisibilizar a la verdadera protagonista resaltando a Zidane como el causante de “sus éxitos”. Además, el subtítulo dice así: <i>“La rider navega con una camiseta del Madrid. Un autógrafo del míster blanco, su talismán.”</i> Es decir, que la importancia en este artículo no está en la protagonista sino en lo que posee Julia Castro: una camiseta firmada por Zidane.</p> <p>-La noticia comienza así: <i>“Julia Castro es una madridista convencida, y Zidane es su ídolo”</i>. Julia Castro es mucho más que eso, es la quinta mejor del mundo en su deporte, el kiteboarding, y aquí tan sólo la reducen a una aficionada más del Real Madrid. De nuevo presente el estereotipo de la subordinación femenina a la figura del hombre.</p> <p>-En los dos párrafos que se le dedican no se habla de su trayectoria profesional ni sus logros, tan sólo se centra en su afición por el Real Madrid y concretamente por Zinedine Zidane: <i>“Muchas veces cuando está por Australia o Isla Margarita, Julia Castro se busca la vida para ver los partidos del Madrid”</i>. Tan sólo se menciona algún aspecto de su faceta como deportista profesional en la última frase de la pieza: <i>“Ahora viajará a Shangai representando a España en la Copa del Mundo de Wakeboard”</i>.</p> <p>-Por lo tanto, observamos como es una noticia superficial y estereotipada que no pretende conocer o narrar los éxitos deportivos de la quinta clasificada mundial en Kiteboarding, sino tan sólo remarcar su afición por el Real Madrid y Zinedine Zidane.</p>
--	---

<p>“Cuando la desigualdad es el peor obstáculo (29/09)</p>	<p>-Se ha destacado este artículo porque es el único que se ha encontrado en todo el análisis que refleja la situación desigual de las deportistas femeninas en España. En él, Lorena González denuncia el machismo en su deporte: las carreras de obstáculos.</p> <p>-En dicho artículo, la campeona de España de carreras de obstáculos comenta que supera las mismas pruebas que los hombres pero que recibe peores premios: <i>“El ganador de una carrera recibió un jamón y la ganadora flores, ¿y qué hacemos las mujeres? ¿Nos comemos el ramo de flores?”</i></p> <p>En este caso, el artículo no ha sido escogido por su lenguaje, sino por su contenido. Es una de las pocas piezas analizadas que trata la desigualdad entre hombres y mujeres en el deporte. Es por ese mismo motivo que se ha considerado relevante.</p> <p>-Es una noticia que sirve para visibilizar la desigualdad que aún sigue presente hoy en día. La deportista concluye que <i>“el peor obstáculo al que me enfrente es el ser mujer, porque en el deporte aún hay machismo”</i>.</p>
<p>“Gracias al baloncesto superé el acoso escolar” (04/10)</p>	<p>-En dicho artículo se presenta a Sofía del Prado, la nueva embajadora de la liga femenina de baloncesto así: <i>“Sofía del Prado, embajadora de la Liga DIA y representante de España en Miss Universo”</i>. De nuevo, volvemos a tener presente el estereotipo de la faceta física por encima de la profesional.</p> <p>-A lo largo de la noticia se relata su dura infancia y cómo el baloncesto le ayudó a superar estos problemas. Sin embargo, la pieza comienza así: <i>“Sofía del Prado, la representante de España en Miss Universo y Embajadora de la Liga Dia de Baloncesto...”</i>, es decir que se le da más importancia al hecho que se haya presentando a Miss Universo que no su nueva función en el ámbito del deporte.</p> <p>Aquí tenemos un claro ejemplo de la importancia del lenguaje en este tipo de artículos. Se antepone que sea Miss Universo a que sea la nueva Embajadora de la Liga Dia de Baloncesto. El orden de los factores es muy importante en este caso. Además, el estereotipo de belleza y de cosificación vuelve a mostrarse con claridad.</p> <p>-A continuación, esta dinámica prosigue: <i>“Sofía del Prado, que actualmente acaba de ser elegida la mujer más guapa de España y que representará a nuestro país en el certamen de Miss Universo en Las Vegas el 26 de noviembre, no es sólo una cara bonita y un cuerpo perfecto”</i>.</p> <p>Este párrafo muestra a la perfección el lenguaje sexista y estereotipado que se usa hacia las mujeres en el deporte. Esta parte del texto concluye diciendo que no es sólo una cara bonita y un cuerpo perfecto, sin embargo, le dedica la mitad del artículo y parte</p>

	<p>del título y subtítulo a mostrar estas facetas. Esta frase refleja también una tendencia muy habitual, que es la de ‘si una mujer es guapa, es simplemente eso, guapa y punto’, como si no pudiera tener otras cualidades o virtudes: <i>“no es sólo una cara bonita y un cuerpo perfecto...”</i></p>
<p>“Halep es la quinta número 1 de la WTA esta temporada” (08/10)</p>	<p>-Este artículo trata sobre el tenis femenino y concretamente de la tenista Halep que ha conseguido coronarse en lo más alto, logrando el número 1. A pesar de ello, la noticia comienza así: <i>“El tenis femenino vive en un desgobierno absoluto desde que a Serena Williams le dio por pensar más en quedarse embarazada que en jugar a tenis”</i>.</p> <p>Este artículo muestra de una forma clara el estereotipo que más ha acompañado a las mujeres desde años atrás: el de la maternidad. El fragmento deja entrever que ‘por culpa’ de que Serena Williams decidiera quedarse embarazada (como si de algo negativo se tratara), ahora el tenis femenino ha entrado en una situación de desgobierno. Refleja como, aún hoy en día, está mal visto que las mujeres deportistas decidan anteponer durante un período la maternidad a su carrera profesional.</p>
<p>“Un oro sin complejos” (08/10)</p>	<p>-Es un artículo que trata sobre la joven gimnasta Hurd, que se proclamó campeona mundial. En el subtítulo aparece dicha afirmación: <i>“La gimnasta de 16 años, nacida en China, compite con gafas graduadas.”</i> Con esta afirmación se pretende, de nuevo, destacar una característica de su apariencia física, poco noticiable y remarcable en comparación al campeonato del mundo que acaba de lograr. El titular “Un oro sin complejos” da a entender que podría ser que esta joven gimnasta estuviera acomplejada por el simple hecho de competir con gafas.</p> <p>-Más adelante, vuelve a mencionarse el tema: <i>“Morgan que cursa sus estudios de secundaria en casa, no se desprende de sus gafas ni en competición: “usé dos veces lentillas pero me irritaban los ojos y perdía mucho tiempo si me entraba algo y tenía que quitármelas para limpiarlas”</i>.</p> <p>En lugar de centrarse en sus cualidades deportivas y profesionales, se prefiere seguir remarcando un aspecto poco noticiable en comparación con lo que acaba de lograr. De nuevo, estereotipo de prevalencia de aspectos físicos por encima de los deportivos.</p>

*Tabla elaborada con la información extraída de los artículos del diario MARCA.

MUNDO DEPORTIVO	
“La Perla de la Masia” (22/09)	<p>-Es un artículo que describe a la joven promesa del Barça femenino Aitana Bonmatí. En una de las expresiones que se utiliza para describirla aparece, de nuevo, la versión estereotipada de las mujeres deportistas: “<i>De voz dulce, sonrisa tímida y carita de muñeca de porcelana, nadie diría a primera vista que esta jugadora está dispuesta a dar mucha guerra</i>”.</p> <p>En este fragmento, de nuevo, prevalece su apariencia física a las cualidades deportivas y profesionales que pueda tener. Además, se repite el estereotipo comentado anteriormente de la “feminidad”, “delicadeza” “finura” (sobre todo con el “<i>carita de muñeca de porcelana</i>”) que deben tener las deportistas. A los hombres se les asocia todo tipo de cualidades relacionadas con la fuerza, la potencia, la velocidad, en cambio a las mujeres se les reduce a fragilidad, delicadeza, etc.</p> <p>Otro aspecto remarcable que ya ha aparecido en alguna ocasión es el de “<i>nadie diría a primera vista que esta jugadora está dispuesta a dar mucha guerra</i>”, como sinónimo de como tiene una apariencia, según el artículo, de delicadeza y fragilidad, cuesta creer que pueda ser una gran jugadora en el terreno de juego.</p>

*Tabla elaborada con la información extraída de los artículos del diario Mundo Deportivo.

AS	
	De todos los artículos analizados en AS, no se ha encontrado ninguno que incluyera lenguaje sexista o estereotipos hacia las mujeres deportistas.

5.2.2.- Imágenes

De la misma manera que el lenguaje, el uso de las imágenes en prensa escrita también buscan transmitir ciertos aspectos. La elección de una fotografía en detrimento de otra no es fruto del azar, por lo que hay que tener en cuenta que contenido muestra la imagen, de qué manera, qué elementos resalta y cuales diluye, etc.

MARCA	
“Suspense en la WTA” (24/09) (Anexo 3.1)	<p>-Este artículo, analizado ya anteriormente por su lenguaje, trata sobre la derrota de la tenista Garbiñe en Tokio ante Wozniacki. Sin embargo, a pesar de que la noticia ocupa casi media página, la única imagen que acompaña la pieza periodística es una de gran tamaño de Rafa Nadal y Roger Federer, ya que ambos disputaron su primer partido como pareja de dobles.</p> <p>-El hecho que aparezca esta imagen es engañoso ya que el lector puede pensar que el artículo tratará sobre este partido de dobles masculino, sin embargo, toda la pieza gira en torno a la eliminación de la tenista española Garbiñe Muguruza. Esta invisibilización de las deportistas, en lo que a imágenes se refiere, continúa presente aún hoy en día en la prensa deportiva escrita.</p>
“Gracias al baloncesto superé el acoso escolar” (04/10) (Anexo 3.2)	<p>-Esta es la noticia en la que se presenta a la nueva embajadora de la Liga Dia de baloncesto. En esta ocasión, se le da más importancia a la imagen que al contenido, ya que ocupa $\frac{3}{4}$ partes de la noticia. Es una fotografía que muestra a la protagonista arreglada y maquillada posando a cámara con un balón de baloncesto en sus manos. De nuevo, se tiene la intención de resaltar el físico por encima de sus cualidades profesionales.</p>

MUNDO DEPORTIVO	
“Mozo, hoyo en uno, 64 golpes y líder por cinco” (30/09) (Anexo 3.3)	<p>-La noticia habla sobre Belén Mozo, la golfista española en uno de sus torneos. La imagen que acompaña esta pieza, pero, no refleja a la deportista practicando su deporte, sino que la muestra colocándose bien la trenza. Además, es una fotografía con un plano muy cerrado, que tiene la intención de mostrar de cerca el tronco superior y el rostro de la jugadora. Por lo tanto, volvemos a encontrarnos con una situación en la cual se pretende resaltar</p>

	más su aspecto físico que el deportivo, ya que viendo solamente la imagen, difícilmente se podría averiguar qué deporte practica.
--	---

AS	
“Muguruza gana su primer partido como número uno” (21/09) (Anexo 3.4)	Esta noticia viene acompañada por una imagen de pequeño tamaño en la cual aparece Garbiñe Muguruza saludando al público con la mano desde la pista. Es una instantánea donde la protagonista se muestra sonriente y cercana con el público. De nuevo prefiere mostrarse a la jugadora en una faceta en la que salga más “favorecida” en lo que al físico se refiere, que representarla en alguna jugada del partido.
“Nievas, en un partido masculino de selecciones” (22/09) (Anexo 3.5)	La noticia trata sobre los éxitos de Alhambra Nievas, la primera mujer en lograr el premio de Mejor Árbitro del Mundo de Rugby o la primera en participar en un Test Match masculino. Sin embargo, la fotografía que acompaña la pieza muestra un primer plano de la protagonista en la que aparece maquillada y arreglada posando ante la cámara. De nuevo, es más importante representar a la mujer de una forma que se resalten sus cualidades físicas antes que mostrarla en su ámbito profesional o deportivo.

6.3- Resultados de las entrevistas

Después de realizar el análisis anterior, tanto cuantitativo como cualitativo, se han llevado a cabo tres entrevistas a tres perfiles de profesionales diferentes para complementar los resultados.

En primer lugar, se ha entrevistado a **Josep María Blanco Pont**, docente y especialista en el ámbito de la comunicación, concretamente la deportiva, desde hace más de 20 años. Además, ejerce como docente en la Universidad Autónoma de Barcelona con la asignatura de Periodismo Deportivo. La entrevista completa se puede consultar en el Anexo 4. A su parecer, la gran barrera que continúa teniendo el deporte femenino en la prensa deportiva escrita es el propio machismo aún instaurado en los medios de comunicación y concretamente en sus esferas de poder.

“La mirada hacia el deporte continúa siendo machista. El tratamiento de estas actividades femeninas no se ajusta a la realidad, ya que en diversas ocasiones se utiliza a la mujer como mero objeto sexual, con tal de atraer a las audiencias masculinas. Por lo que hace falta un trabajo de sensibilización de las personas que tienen poder de decisión sobre los espacios y contenidos que se les otorgan a las mujeres”.

Además, considera que para conseguir una presencia igualitaria de géneros en la prensa deportiva en papel, hace falta un *“trabajo de sensibilización hacia los receptores del mensaje”*. Es decir, que *“entiendan el mensaje de igualdad, de que no hay unos deportistas más importantes que otros, por el simple hecho de ser hombres o mujeres”*. Y por eso, lo más importante es que los medios de comunicación sensibilicen y conciencien a sus audiencias. Sólo a partir de ese momento, se podrá empezar a pensar en la igualdad del deporte femenino en la prensa deportiva escrita.

En ser preguntado por el tema de si el deporte femenino quizás tenía menos presencia en la prensa deportiva escrita porque no interesaba su respuesta fue la siguiente:

“El deporte femenino interesa. A la persona que le gusta el deporte le gusta ver la actividad deportiva, ya sea practicada por hombres o mujeres. Lo que pasa es que el tratamiento de estas actividades femeninas no se ajusta a la realidad y lo distorsiona.”

Es decir, que si el deporte femenino tuviera una cobertura adecuada y profesional, se podría igualar su presencia a la del masculino. Además, añade que cree que *“el deporte femenino no cuenta con la misma cobertura, a parte del machismo, porque hay miedo en las esferas de poder de los medios a que la gestión del tiempo dedicado a las mujeres les comporte una disminución de las audiencias”*. Este también es un aspecto a remarcar, ya que considera que en caso de que estos medios de comunicación no tomen la iniciativa y apuesten por el deporte femenino, habrá que esperar a un cambio generacional en las elites.

Por último, en observar que el crecimiento del deporte femenino en la prensa es tan lento y pausado, Josep María Blanco apuesta por la creación de nuevos medios

deportivos femeninos que sean dirigidos a todo el público: *“Llega un momento en el que la situación da asco y quizás la única solución revulsiva sería la de crear medios propios para las deportistas que llegasen a todo el mundo”*.

De esta manera, se observa cómo, según Josep María Blanco, la raíz del problema del deporte femenino en la prensa reside en el machismo que aún persiste en el deporte y en las élites de los medios de comunicación. Este aspecto, además, sumado al miedo que pueden tener los propios medios a reducir su audiencia otorgando más tiempo y espacio a las deportistas. Por lo tanto, para poder revertir la situación hace falta un trabajo de sensibilización hacia las audiencias y hacia los medios, que centren sus valores en la igualdad.

En segundo lugar, se ha conversado con **María José López**, miembro de la Comisión Mujer y Deporte del Comité Olímpico Español y abogada especialista en Responsabilidad Social Empresarial y Derecho Deportivo. Además ha escrito recientemente un libro que se titula *“Mujer, discriminación y deporte”* dónde analiza la evolución de las mujeres deportistas españolas y los cambios legales, sociales e institucionales. En esta entrevista también se ha intentado encontrar la raíz de la desigual presencia de deporte femenino y masculino en la prensa deportiva escrita. Por su parte, María José López cree que *“es difícil de explicar porqué a pesar de que el deporte femenino crece continuamente no lo hace de la misma forma en los medios”*:

“Puede ser por dos razones: por el predominio de un deporte, el fútbol masculino, por encima de todo lo demás; y por otro lado, el escaso conocimiento del mundo del periodismo deportivo en torno al deporte femenino. Tan sólo se da un titular cuando hay una gran gesta deportiva femenina, el resto del año serán inexistentes, obviando que muchas mujeres hacen deporte todos los fines de semana y de competición en este país.”

De la misma forma que afirmaba Josep María Blanco, María José considera que la sociedad actual observa el deporte femenino y lo sigue, por muy puntualmente que sea, por lo que *“es poco entendible que la presencia de estas deportistas sea tan menor”*.

Centrándonos en aspectos más legales, dada su especialización, María José considera que *“hay una discriminación hacia la mujer en el deporte de hecho y de derecho”* y ésta se refleja de forma clara en la prensa deportiva escrita. Según la abogada, *“la discriminación de derecho es tan reprobable que no es entendible en pleno siglo XXI, a pesar de la Constitución, Ley de Igualdad y Estatuto de Trabajadores”*. En segundo lugar, la discriminación de hecho se produce en el momento en que *“la prensa deportiva continúa viendo el deporte femenino como amateur, y no como profesional, lo que condiciona el concepto de igualdad real”*. Además, hay aspectos legales que condicionan el correcto desarrollo del deporte femenino en todos los ámbitos:

“Deben cambiar como mínimo dos normas obsoletas: la ley del deporte 1990 y el Real Decreto 1006 del año 1985, que regula la relación de los deportistas profesionales, y que nada hablan del deporte femenino, del tema de género. Una normativa hecha en torno al deporte profesional masculino. De hecho, esa

inexistencia de ligas profesionales, en pleno siglo XXI, es buena prueba de ello. Apostaría por una ley del deporte profesional, y un capítulo del deporte femenino profesional, porque se deben de partir de realidades distintas.”

Así pues, la poca presencia de la mujer en la prensa deportiva escrita está provocada en parte por este desamparo legal que sufren las deportistas. Desde el momento en el que se regulara la situación y se consiguiera esta igualdad legal, se podría empezar a pensar en la igualdad en los medios de comunicación. Hasta entonces, como dice María José, las deportistas continuarán siendo vistas como amateurs y recibirán tal cobertura, es decir, nula.

Ya por último, después de conocer el punto de vista de dos personas especialistas, se ha entrevistado a **Beatriz Ortiz**, jugadora de waterpolo del CN Sabadell y de la Selección Española, para tener una visión interna de la situación. Es una de las jugadoras más importantes a nivel estatal y a pesar de ello nos cuenta como la desigualdad es su pan de cada día. Después de haber sufrido en primera persona esta discriminación hacia el deporte femenino, la waterpolista comenta que la evolución en los últimos años ha sido insignificante, siendo sólo noticia en las grandes ocasiones.

“En estos últimos años la evolución del deporte femenino en la prensa escrita deportiva ha sido pequeña en comparación con los éxitos que hemos conseguido. Tan sólo se nos da cobertura cuando cosechamos grandes éxitos como los Juegos Olímpicos u otro tipo de campeonatos internacionales. Durante el año apenas aparecemos en los diarios. Como mucho ocupamos los espacios más pequeños muy de vez en cuando”.

A la hora de preguntarle sobre la raíz del problema de la desigualdad en la prensa escrita deportiva, Bea comenta que *“es porque la prensa escrita deportiva siempre se ha centrado mucho en el fútbol masculino y más allá de ahí no ven”*. Este monopolio del fútbol en la prensa deportiva escrita impide que las deportistas reciban un reconocimiento constante. Además, remarca que este problema *“impide que los éxitos cosechados por las deportistas lleguen a la gente y impide que se cree más afición alrededor del deporte femenino”*.

Al ser preguntada sobre el tipo de cobertura que reciben, concretamente el waterpolo femenino, responde que *“es una cobertura muy puntual, donde la mayor parte del año pasan completamente inadvertidas de cara a la prensa. Sólo se habla de nosotras esporádicamente en grandes eventos deportivos”*. Además, remarca que en ocasiones esta cobertura es distorsionada por culpa del sexismo o de los estereotipos. Bea Ortiz recuerda un caso en el que tras un agarrón de dos jugadoras de waterpolo, por debajo del agua, a una de ellas se le rompió el bañador quedándole a la vista sus intimidades. Esa misma imagen se utilizó para ilustrar una noticia que hablaba sobre la dureza de algunos partidos de waterpolo. *“El lenguaje sexista aún continúa presente en según qué artículos sobre deporte femenino. Quizás ahora no se produce de forma tan clara, sino de una manera más sutil, como a través del ejemplo anterior”*.

Ya por último, tratando el tema de la pausada progresión de la presencia de la mujer deportista en la prensa deportiva en papel, se muestra optimista en poder conseguir algún día la igualdad entre géneros en concepto de cobertura mediática.

“Creo que será un camino costoso, pero algún día se podrá lograr. Depende sobre todo de la sociedad, más que de los medios de comunicación en sí. Si los medios de comunicación observan que el deporte femenino puede llegar a mover a tanta gente como el masculino, en ese momento apostarán de verdad por el deporte femenino. Es un trabajo conjunto de todos, tanto de los diarios deportivos en papel como de la propia sociedad.”

7.- CONCLUSIONES

Es difícil comprender cómo, en los últimos años, a pesar de que el deporte femenino crece en cuanto a participación y aceptación, no lo hace de la misma manera en los medios de comunicación y en la prensa escrita deportiva concretamente. Según María José López, abogada y miembro de la Comisión Mujer y Deporte del Comité Olímpico Español, esto puede venir por dos razones: “Por el predominio del fútbol masculino por encima de todo lo demás o por el escaso conocimiento del mundo del periodismo deportivo en torno al deporte femenino. Sólo se da el titular cuando hay una gran gesta deportiva femenina, el resto del año son inexistentes”. Sin embargo, según Josep María Blanco, este crecimiento desigual en la práctica y en la prensa puede venir porque “la mirada hacia el deporte continúa siendo machista y las cúpulas de poder de los medios de comunicación tienen miedo a otorgar espacio al deporte femenino por si les hace perder audiencia”.

Después de replicar el estudio “Las imágenes de las deportistas en los medios de comunicación” (Angulo, 2007) se ha comprobado, diez años después, cómo la presencia de las deportistas en la prensa escrita deportiva continúa siendo muy inferior a la masculina, a pesar de haber sufrido mejoras en ciertos aspectos. Si nos centramos en los tres diarios con más audiencia de todo el territorio estatal (MARCA, AS y Mundo Deportivo) observamos como la presencia femenina continúa representando menos de un 20% de cada publicación. Por su parte, María José López piensa que “la prensa deportiva, frente a las redes sociales por ejemplo, no está siendo fiel al desarrollo real del deporte femenino español. Un ejemplo son los Juegos Olímpicos y los éxitos cosechados por las deportistas”. Como comenta la waterpolista internacional Bea Ortiz, “sólo se nos da visibilidad en los grandes eventos deportivos, el resto del año pasamos inadvertidas para la prensa”. Respecto las hipótesis planteadas al inicio del estudio ha habido resultados diversos, siendo algunas corroboradas y otras refutadas.

A lo largo de la investigación se ha observado como la presencia del deporte femenino en la prensa deportiva española ha aumentado durante la última década, aunque no lo ha hecho de forma notable en todos los aspectos. Es decir, sí que ha habido una evolución favorable respecto a la **cantidad** de noticias protagonizadas por mujeres, pero lo ha hecho de una forma discreta, y no de la misma manera en todos los deportes, contando que ha pasado una década entre un estudio y otro. Por ejemplo, en el ámbito del fútbol femenino el cambio ha sido bastante pronunciado. En el 2007 el tanto por ciento dedicado a esta modalidad era del 0,44% mientras que diez años más tarde, ha sido del 2,04%, es decir que ha habido un incremento del 363,63%. A pesar de que continúa siendo un porcentaje pequeño respecto al total, hay que centrarse en el aumento cuantitativo de las noticias de fútbol femenino. Gran parte de culpa de ello la tiene Iberdrola, que ha apostado por el deporte femenino y concretamente el fútbol femenino, financiando la Primera División, pasándose a llamar Liga Iberdrola. De esta forma, a través de espacios patrocinados por Iberdrola, los periódicos incluyen noticias y crónicas sobre la Primera División femenina de fútbol. Según comenta Josep María

Blanco “el deporte femenino necesita que los medios de comunicación apuesten con firmeza por él, otorgando el espacio que se merecen, sensibilizando a las audiencias en los valores de igualdad entre géneros”.

Pero no todas las modalidades han progresado de la misma manera. En el ámbito polideportivo, por ejemplo, el aumento ha sido menor. En 2007, de 2.766 noticias polideportivas tan sólo el 8,61% estaban protagonizadas por mujeres. Por el contrario, en 2017, de 1.551 noticias polideportivas el porcentaje de noticias polideportivas femeninas era del 11,99%. Es decir, en esta última década ha habido un incremento del 39,26% de noticias polideportivas protagonizadas por mujeres. Una progresión bastante menor en comparación a la que habíamos visto con el fútbol femenino, que había alcanzado un incremento del 363,63%. En este caso, observamos cómo es una mejoría bastante discreta, teniendo en cuenta que han pasado 10 años entre una investigación y otra. Por lo tanto, la siguiente hipótesis “La presencia del deporte femenino en la prensa deportiva española ha aumentado notablemente durante la última década. Ha progresado favorablemente a nivel de cantidad de noticias, el cual cada vez es mayor” queda corroborada, pero no al 100%. Este matiz es el de notablemente, ya que la representación femenina en la prensa deportiva escrita, en cuanto a cantidad, continúa siendo muy discreta.

Un aspecto que se ha remarcado a lo largo de toda la investigación ha sido el **espacio** que se le otorga al deporte femenino en la prensa deportiva escrita. El espacio de una noticia es determinante en prensa escrita, ya que no es lo mismo tres breves de dos líneas cada uno, que una noticia en profundidad de una página entera. Según María José López “la prensa deportiva sigue viendo el deporte femenino como amateur y esto no es positivo para el concepto de igualdad real”, es decir que mientras no se profesionalice el deporte femenino, la prensa le continuará otorgando una cobertura de menor espacio. En todo el estudio actual, no se ha encontrado ninguna noticia polideportiva femenina que ocupara una página entera.

A pesar de ello, en el año 2007, de todas las noticias polideportivas femeninas analizadas, tan sólo el 7,17% ocupaba media página, mientras que en el 2017, esta cantidad aumentó hasta el 18,81%. En estos diez años, el incremento de noticias polideportivas femeninas de media página ha sido del 162,34%, una evolución destacada, teniendo en cuenta que estas noticias grandes suelen ser a las que más importancia se les da por parte del periódico. En segundo lugar, en 2007, las noticias que ocupaban $\frac{1}{4}$ de página representaban el 8,86% mientras que en 2017 lo hacían en un 13,44%. En este caso, el aumento ha sido menor, tan sólo del 51,69%. Por último, las noticias polideportivas femeninas más abundantes son aquellas que ocupan menos de $\frac{1}{4}$ de página como los breves y que aportan información de forma muy superficial. En 2007 representaban el 83,97%, es decir una gran mayoría del total. Sin embargo, en 2017, esta cantidad se redujo hasta el 67,74%. En este caso hubo un descenso (positivo) del 19,33%. Bea Ortiz corrobora este hecho ya que, según su experiencia personal “la

mayor parte de ocasiones que aparecemos en la prensa deportiva lo hacemos en breves o noticias de menor importancia”. Así pues, la segunda hipótesis planteada: “La presencia del deporte femenino también ha aumentado considerablemente en cuanto al espacio que se le otorga” queda corroborada con matices. Esto sucede ya que, por ejemplo, en cuanto a las noticias de media página el aumento sí que ha sido considerable (162,34%), pero por el contrario, las noticias pequeñas y superficiales continúan suponiendo más de la mitad del total de noticias polideportivas femeninas.

En cuanto a aspectos más cualitativos como el **lenguaje** o el tono utilizado en las noticias femeninas, se han encontrado todavía aspectos que discriminan a las deportistas. Aunque no es la tónica general, aún hay ciertos artículos que incluyen expresiones o calificativos de tipo sexista que menosprecian la profesionalidad de las deportistas, centrándose en otro tipo de características como su aspecto físico o su vida personal. Detalles que pueden parecer insignificantes esconden tendencias discriminatorias, como por ejemplo, el hecho de titular una noticia así “*Martina Piemonte, una Miss en Sevilla*” ya está anteponiendo su físico a su profesión. A simple vista, conocemos antes una característica de tipo personal, ya que en ningún momento se hace referencia al deporte que practica. De la misma manera que comenzar una noticia así: “*Jennifer Hermoso deslumbró a todos con su vestido negro, pero sobre todo con los 35 goles que marcó el año pasado con la elástica del Barcelona*” está dando a entender que prevalece la ropa que lleva antes que los motivos que le han llevado a conseguir este premio. Esto sucede, según Josep María Blanco, porque “la mirada hacia el deporte continúa siendo machista. El tratamiento de estas actividades femeninas no se ajusta a la realidad, ya que en diversas ocasiones se utiliza a la mujer como mero objeto sexual con tal de atraer a las audiencias masculinas”. Por lo tanto, la siguiente hipótesis: “El lenguaje y el tono utilizado en este tipo de noticia, después de 10 años, continúa siendo diferente y discriminatorio, en comparación al de las noticias protagonizadas por hombres” queda corroborada completamente. Por mucho que haya publicaciones y artículos que traten con igualdad a ambos sexos, todavía hay una cierta tendencia por describir a la deportista mediante sus atributos físicos o características de tema personal. Cabe remarcar que el diario MARCA es uno de los que más reproduce estas dinámicas de lenguaje sexista y discriminatorio. Por el contrario, en todos los días analizados del diario AS no se ha encontrado ninguna tendencia discriminatoria hacia las deportistas.

Además, no sólo se han encontrado expresiones sexistas o discriminatorias de género sino que también se han analizado **estereotipos** arraigados desde tiempos atrás. Aún hoy en día, diez años después del estudio inicial, la sociedad continúa reproduciendo estereotipos sobre las mujeres deportistas. A los hombres se les remarca tales atributos como la fuerza, la potencia, la resistencia, en cambio a las mujeres se les tiene en cuenta la belleza, la esbeltez, la elegancia. Josep María Blanco que el tema de los estereotipos de género en la prensa escrita deportiva “es un pensamiento muy extendido desde tiempo inmemoriales.” Esto sucede, en parte, porque “aún predomina la figura de un personaje que controla los medios que vive con esta visión estereotipada y sexista. Por

lo tanto, este problema continuará hasta que no se produzca el relevo generacional de las cúpulas de poder”, concluye. A lo largo de la investigación estas dinámicas se han ido repitiendo de forma intermitentes, sobre todo la prevalencia del físico por encima de todo, incluso de los méritos deportivos. En el marco teórico, mediante (López, 2011) ya se había destacado el estereotipo de belleza de la deportista como objeto sexual de deseo, al ser uno de los más abundantes en los medios de comunicación. De esta manera, destacando aspectos físicos y personales de las deportistas consiguen retener a la audiencia masculina. Este no es el único detectado, ya que es muy habitual encontrar la asociación o correlación del éxito de las deportistas a la figura masculina. Se tiende a remarcar que dicho logro proviene de un trabajo previo del hombre, quitando mérito a la protagonista. Por lo tanto, la hipótesis siguiente “Los estereotipos sobre las mujeres deportistas aún continúan muy presentes en la prensa deportiva, directa o indirectamente” queda corroborada tras el profundo análisis de los artículos.

Más allá del lenguaje, también se ha prestado atención a las **imágenes** que acompañan, o no, dichos artículos. La aparición de fotografías en prensa otorga presencia e importancia a la noticia. No es lo mismo una noticia con imagen que sin. A lo largo del estudio se ha comprobado como la cantidad de imágenes ha aumentado de forma ligera. Sin embargo, las cifras continúan siendo muy parecidas a las que se produjeron en 2007, año en el que las imágenes polideportivas femeninas significaban un 7,09%. Sin embargo, diez años después, el porcentaje ha aumentado hasta el 13,93%. Es decir, que a pesar de que sólo haya significado un aumento del 9,29%, el aumento es lento pero constante. Por lo tanto, la hipótesis “La cantidad de imágenes que acompañan las noticias sobre deporte femenino ha aumentado” es cierta y se corrobora.

Cómo se comentaba anteriormente, no sólo el lenguaje puede ser discriminatorio hacia la mujer. Las imágenes juegan un papel muy importante en la prensa deportiva escrita, dependiendo de qué muestran y cómo lo muestran. En este estudio se ha comprobado cómo la mayor parte de las imágenes femeninas muestran a las deportistas de una manera correcta mientras ejercen su modalidad. Sin embargo, aún hoy en día, todavía hay ciertos casos en los que se representa a la deportista de tal forma que luzca sus atributos físicos. Es decir, mediante el uso de imágenes extradeportivas, en las que la deportista aparece maquillada y bien vestida con tal de resaltar su belleza, o fotografías que pretenden resaltar atributos femeninos. En la entrevista a Bea Ortiz, la waterpolista recordaba como en una ocasión se adjuntó una imagen en la que aparecían dos waterpolistas debajo del agua entre agarrones y a una de ellas se le rompió el bañador, provocando así que se le vieran sus partes íntimas. Esta imagen sirvió para ilustrar una noticia al día siguiente, que trataba sobre la dureza del waterpolo femenino. Sin embargo, se podría haber escogido una, en la que no quedara al descubierto el cuerpo de la jugadora. Por lo tanto, la última hipótesis planteada al inicio del estudio: “Las imágenes, además, se centran únicamente en mostrar la deportista tal y como practica su deporte, sin necesidad de poner en relevancia su apariencia física. Por lo tanto, ha habido una evolución favorable durante esta última década” se observa cómo es

refutada con rotundidad. Ya en el marco teórico (López, 2011) se trató el caso de una fotografía de la tenista Serena Williams que incorporaba el siguiente pie de foto: “Serena, con otro modelo impactante, incluido esta vez un piercing colgado del ombligo, despachó a la francesa Nathalie Dechy en 6-1, 6-2.” Este caso es parecido al que se ha extraído en el estudio actual en el que se describe a la futbolista Jennifer Hermoso de dicha forma: “Jennifer Hermoso deslumbró a todos con su vestido negro, pero sobre todo con los 35 goles que marcó el año pasado con la elástica del Barcelona”. Por lo tanto, en ambos casos se observa cómo se prioriza el aspecto físico a los resultados deportivos, a través de las imágenes.

Así pues, hasta que no se erradiquen ciertas tendencias o comportamientos por parte de los medios de comunicación, y la prensa deportiva en concreto, el deporte femenino no conseguirá una cobertura mediática igualitaria. Esto podrá suceder, como comenta Josep María Blanco “en el momento en que se fomente una sensibilidad a las audiencias hacia el deporte femenino. Se conseguirá en el momento en el que los altos cargos apuesten de verdad por las deportistas y muestren que confían en aquello por lo que están apostando”. La abogada María José López considera que además de la implicación de los medios debe haber cambios legales para que las deportistas sean consideradas como profesionales y puedan ser cubiertas como tales. “En nuestro país, no existen ligas profesionales femeninas, ni convenios colectivos en el ámbito femenino, lo que provoca que las deportistas sean vistas como amateurs”. Finalmente, Bea Ortiz considera que para lograr la igualdad “hace falta una mayor implicación tanto de la sociedad como de los medios de comunicación. En el momento en el que la prensa observe que el deporte femenino puede llegar a mover a tanta gente como el masculino, en ese momento apostarán de verdad por nosotras”. En definitiva, esta situación solo se podrá revertir a partir del momento en que estas tendencias machistas y anticuadas se erradiquen y se conciencie a la sociedad mediante los valores de la igualdad.

8. BIBLIOGRAFÍA

- ALFARO, E., BENGOCHEA, M., VÁZQUEZ, B. (2010). *Hablamos de deporte. En femenino y en masculino*. Madrid: Instituto de la Mujer. [en línea] Recuperado de: <http://www.ceice.gva.es/documents/161862862/164114506/hablamos+de+deporte+en+masculino+y+femenino.pdf/efb1f3cb-fe66-46ce-9f7c-ae82b7484473>
- ANGULO, M. (2007). *Las imágenes de las deportistas en los medios de comunicación*. Madrid: Ministerio de Educación y Ciencia, Consejo Superior de Deportes [en línea]. Recuperado de: http://www.mujiydeporte.org/documentos/docs/articulo_imagen_mujer_deportista_en_medios.pdf
- ANTÚNEZ, M; MIRANDA, N. (2006). *Los estereotipos de género en las Prácticas de Actividades Físicas y Deportivas*. [recurso en línea]. Recuperado de: http://www.fazendogenero.ufsc.br/7/artigos/A/Antunez-Miranda_21.pdf
- ARÉVALO, M. (2016). *Actividad física y deporte. El deporte femenino en España* [recurso en línea]. Recuperado de: <http://www.efdeportes.com/efd216/el-deporte-femenino-en-espana.htm>
- BLANCHARD, Kendall, TAYLOR CHESKA, Alice (1986): *El papel de la mujer en el deporte*, a Antropología del deporte; Barcelona: Ediciones Bellaterra, páginas 165-175.
- BONAMY, M. B. (2009). *Las relaciones de género en el deporte y en la educación física*. Departamento de Educación Física. 8º Congreso Argentino y 3º Latinoamericano de Educación Física y Ciencias [en línea]. Recuperado de: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/16488>
- CLEMENTE, Y. (3 agosto de 2016). *Las mujeres en los Juegos Olímpicos*. [recurso en línea]. Recuperado de: https://elpais.com/elpais/2016/07/21/media/1469128595_695055.html
- COSTA, Margaret, WELCH, Paula (1994): *A Century of Olympic Competition, a Women and Sport: interdisciplinary perspectives*; California: California State University, páginas 123-136.
- DECLARACIÓN DE BRIGHTON (1994) <http://www.csd.gob.es/estaticos/myd/declaracion-brighton.pdf>
- EGM (2017). *Audiencia de Internet* (Febrero a Marzo 2018). [recurso en línea]. Recuperado de: <https://www.aimc.es/aimc-Cont3nt/uploads/2018/04/internet118.pdf>

- EGM (2017). *Resumen general de resultados*. Estudio General de Medios (Abril 2017 - Marzo 2018). [recurso en línea]. Recuperado de: <https://www.aimc.es/egm/datos-egm-resumen-general/>
- GARCÍA, J. (2015). *El origen del deporte femenino en España*.
- GARCÍA, M. (1989). *Inicis de l'esport femení, a Dona i Esport: recull de ponències*. Barcelona: Ayuntamiento de Barcelona.
- IBÁÑEZ, E. (2001). *Información sobre deporte femenino: el gran olvido*. Educación física y deportes. Vol.3, Núm. 65. [recurso en línea]. Recuperado de: https://www.raco.cat/index.php/ApuntsEFD/article/view/301937/391553&aruba_lp=c783a6c0-d7a5-4e20-a534-ff9e5f5626
- JIMÉNEZ, R (2015). *El deporte femenino español en los Juegos Olímpicos*. Consejo Superior de Deportes. [recurso en línea]. Recuperado de: http://transparencia.gob.es/transparencia/dam/jcr:7aa457c3-2ecc-4eff-aff7-286ae022fc65/Deporte_Femenino_JJOJ.pdf
- LÓPEZ, E. (2016). *Mujeres deportistas españolas. Estereotipos de género en los medios de comunicación*. Sociologiadados. Revista de investigación Social. [recurso en línea]. Recuperado de: https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/61090/8/Sociologiadados_01_02_04.pdf
- LÓPEZ, P. (2011). *Deportes y mujeres en los medios de comunicación. Sugerencias y recomendaciones*. Consejo Superior de Deportes. [recurso en línea]. Recuperado de: <http://www.pilarlopezdiez.eu/documents/CSD.LibroDeporteymujeres.pdf>
- LERUITE, M^aT. (2015). *Análisis del deporte femenino español de competición desde la perspectiva de protagonistas clave*. Universidad de Granada. [recurso en línea]. Recuperado de: <https://recyt.fecyt.es/index.php/retos/article/view/34821>
- MACÍAS, M. V. & MOYA M. C. (1999). *Estereotipos y deporte femenino. La influencia del estereotipo en la práctica deportiva de niñas y adolescentes*. Departamento de Psicología Social y Metodología de las Ciencias del Comportamiento, Universidad de Granada. Recuperado de: <https://hera.ugr.es/tesisugr/15755368.pdf>
- MARIN, B. (1996). *Mujer y deporte*. Oviedo: Universidad de Oviedo.
- MORAGAS, M. (1996) *El nou paper dels mitjans de comunicació de masses en la construcció dels valors olímpics i de l'esport*. [recurso en línea] Barcelona:

- Centre d'Estudis Olímpics de la UAB. Recuperado de:
https://ddd.uab.cat/pub/worpaper/1996/hdl_2072_10059/WP051_cat.pdf
- NASH, M. (1992). *Les dones fan esport*. Barcelona. Institut Català de la Dona. Generalitat de Catalunya.
 - PUIG I BARATA, Núria (1986): *El deporte y los estereotipos femeninos*, en Revista de Occidente; nº 62-63, páginas 71-84.
 - REIG, Ramón. (2015). *Crisis del sistema. Crisis del periodismo: Contexto estructural y deseos de cambio*. Madrid. Gedisa.
 - SAINZ, C. (2013). *Mujeres y deporte en los medios de comunicación*. Estudio de la prensa deportiva española (1979-2010) [recurso en línea]. Recuperado de:
<https://e-archivo.uc3m.es/handle/10016/16505>
 - SAINZ, C. (2013). *Orígenes de la prensa diaria deportiva: El Mundo Deportivo*. Materiales para la Historia del Deporte, nº11. [recurso en línea]. Recuperado de:
https://www.upo.es/revistas/index.php/materiales_historia_deporte/article/view/788/648
 - SALCEDO, M. (1993). *Participación femenina en el deporte*. Instituto Vasco de la mujer, EMAKUNDE. [recurso en línea]. Recuperado de:
http://www.emakunde.euskadi.eus/contenidos/informacion/pub_informes/es_emakunde/adjuntos/interna.01.participacion.femenina.deporte.cas.pdf
 - SORTZEN CONSULTORÍA, AYUNTAMIENTO DE ONDARROA (2011). *Diagnóstico del sexismo en el deporte*. Ayuntamiento de Ondarroa. [recurso en línea]. Recuperado de:
[http://www.bizkaia.eus/home2/archivos/DPTO4/Temas/Actitudes%20sexistas%20en%20el%20deporte%20\[Modo%20de%20compatibilidad\].pdf?hash=0590ee546fb551d49e1c9647cbfdc256&idioma=CA](http://www.bizkaia.eus/home2/archivos/DPTO4/Temas/Actitudes%20sexistas%20en%20el%20deporte%20[Modo%20de%20compatibilidad].pdf?hash=0590ee546fb551d49e1c9647cbfdc256&idioma=CA)
 - ZAMORA, Eva (1998). *Participació de la dona en l'esport i l'Olimpisme*. [recurso en línea] Barcelona: Centro de Estudios Olímpicos de la UAB. Recuperado de:
https://ddd.uab.cat/pub/worpaper/1998/hdl_2072_4932/WP076_cat.pdf

9.- ANEXOS

Anexo 1: Tabla estadística del estudio “Las imágenes de las deportistas en los medios de comunicación” de Marta Angulo (2007)

PERIÓDICO	DÍA	PÁGINAS					NOTICIAS POLIDEPORTIVAS (1)					FOTOS POLIDEPORTIVAS (1)					OBSERVACIONES		
		TOTAL	FUTBOL	%	MUJERES	%	TOTAL	MUJERES				TOTAL	MUJERES						
								1/2 PG.	1/4 PG.	MÁS PEQUEÑA	TOTAL		%	1/2 PG.	1/4 PG.	MÁS PEQUEÑA		TOTAL	%
MARCA	21-sep	56	31	55,36	0	0,00	57			2	2	3,51	36		1	1	2,78	En esta semana se celebran, de Hombres:Vuelta a España	
AS	21-sep	48	32	66,67	0	0,00	50		1	3	4	8,00	31			1	1	3,23	de Mujeres: CM VB/ GIM. RIT/ HO PAT. EN ESPAÑA/CM LU
MUNDO DEP.	21-sep	39	25	64,10	0	0,00	49			5	5	10,20	30			1	1	3,33	1 noticia es de deportistas que se desnudan
MARCA	22-sep	47	29	61,70	0	0,00	45	1		4	5	11,11	36			2	2	5,56	1 noticia es de deportistas que se desnudan
AS	22-sep	47	32	68,09	0	0,00	65		1	3	4	6,15	32			4	4	12,50	2 fotos, de espectadoras (1 foto están en bikini)
MUNDO DEP.	22-sep	47	29	61,70	0	0,00	77			9	9	11,69	46			2	2	4,35	La foto del CE de BC FEM es de 1 entrenador
MARCA	23-sep	64	41	64,06	0	0,00	60			2	2	3,33	31			2	2	6,45	
AS	23-sep	56	39	69,64	0	0,00	57		1	3	4	7,02	29			1	1	3,45	En esta semana se celebran de Hombres: Lío Fórmula 1/Alonso. Lío Valverde-UCI
MUNDO DEP.	23-sep	48	31	64,58	0	0,00	62			6	6	9,68	23				0	0,00	de Mujeres: CM BC
MARCA	24-sep	64	41	64,06	0	0,00	64			5	5	7,81	48			1	1	2,08	
AS	24-sep	64	47	73,44	0	0,00	70		1	7	8	11,43	44			4	4	9,09	1 foto de espectadoras
MUNDO DEP.	24-sep	48	31	64,58	0	0,00	77		2	9	11	14,29	38			4	4	10,53	
MARCA	25-sep	48	29	60,42	0	0,00	46			4	4	8,70	34			2	2	5,88	
AS	25-sep	48	33	68,75	0	0,00	49		1	4	5	10,20	32			2	2	6,25	
MUNDO DEP.	25-sep	40	25	62,50	0	0,00	59			5	5	8,47	22			1	1	4,55	
MARCA	26-sep	48	31	64,58	0	0,00	56			2	2	3,57	37			1	1	2,70	
AS	26-sep	48	33	68,75	0	0,00	43			2	2	4,65	25				0	0,00	
MUNDO DEP.	26-sep	36	23	63,89	0	0,00	50		1	5	6	12,00	19		1		1	5,26	1 noticia de Críticas con tono machista a 1 arbitra de fútbol masculino en Perú
MARCA	27-sep	51	29	56,86	0	0,00	57		1	3	4	7,02	38				0	0,00	Comienzo mundial de ciclismo en ruta
AS	27-sep	44	32	72,73	0	0,00	52			2	2	3,85	26				0	0,00	
MUNDO DEP.	27-sep	40	25	62,50	0	0,00	60		1	4	5	8,33	23			1	1	4,35	
MARCA	28-sep	56	35	62,50	0	0,00	54			2	2	3,70	38			0	0	0,00	
AS	28-sep	48	34	70,83	0	0,00	59			2	2	3,39	36			0	0	0,00	
MUNDO DEP.	28-sep	40	25	62,50	1	2,50	48		2	6	8	16,67	22			4	4	18,18	Contraportada dedicada a Marta Vieira, la brasileña mejor jugadora de fútbol del mundo
MARCA	29-sep	51	27	52,94	0	0,00	63			4	4	6,35	25			4	4	16,00	1 foto de espectadoras
AS	29-sep	48	34	70,83	0	0,00	60			4	4	6,67	38			2	2	5,26	
MUNDO DEP.	29-sep	48	31	64,58	0	0,00	82		1	9	10	12,20	32			1	1	3,13	
AS	30-sep	48	33	68,75	0	0,00	65			4	4	6,15	47			1	1	2,13	La foto es la portada de 1 revista dónde aparece haciendo topless la "mujer" de 1 baloncestista
MARCA	01-oct	64	41	64,06	0	0,00	83			2	2	2,41	50			1	1	2,00	
AS	01-oct	64	47	73,44	0	0,00	63			4	4	6,35	44			0	0	0,00	
MUNDO DEP.	01-oct	48	31	64,58	0	0,00	82			9	9	10,98	45			2	2	4,44	
MARCA	02-oct	56	35	62,50	2	3,57	49	2	1	2	5	10,20	32	1		4	5	15,63	Reportaje doble página Consejera Delegada Madrid 2016
AS	02-oct	48	33	68,75	0	0,00	58		1	3	4	6,90	57			2	2	3,51	Entrevista esgrima: Lía Rodríguez
MUNDO DEP.	02-oct	40	27	67,50	0	0,00	54		1	2	3	5,56	21			2	2	9,52	
MARCA	03-oct	48	31	64,58	0	0,00	57	1	1	2	4	7,02	27		1	1	2	7,41	
AS	03-oct	48	33	68,75	0	0,00	61			2	2	3,28	40			2	2	5,00	
MUNDO DEP.	03-oct	40	27	67,50	0	0,00	52			5	5	9,62	25				0	0,00	La foto del CE de BC FEM es de 1 entrenador
MARCA	06-oct	56	33	58,93	0	0,00	67	1	1	3	5	7,46	33			4	4	12,12	Confesión Marion Jones (3 art. Y 1 foto)
AS	06-oct	48	31	64,58	0	0,00	52		2	5	7	13,46	40			3	3	7,50	Confesión Marion Jones (3 art. Y 2 fotos)
MUNDO DEP.	06-oct	40	25	62,50	0	0,00	80			4	4	5,00	31			2	2	6,45	Confesión Marion Jones (1art. Y 1 foto) Otro positivo de 1 atleta
MARCA	07-oct	64	39	60,94	0	0,00	58		1	4	5	8,62	33	1		3	4	12,12	2 fotos mujeres en reportaje sobre natación española - de 4 en total, 1 neutra, 1 entrenador
AS	07-oct	56	39	69,64	2	3,57	60	1	2	6	9	15,00	39	1		3	4	10,26	noticia negativa sobre nula progresión de natación española
MUNDO DEP.	07-oct	48	31	64,58	1	2,08	67		1	5	6	8,96	34			2	2	5,88	1 Pg. Marion Jones dopaje, 1 art. Nina 7 años accidentada en motocross
MARCA	08-oct	63	39	61,90	2	3,17	67	1		6	7	10,45	50	1		8	9	18,00	foto y resultado portada (pequeño) Primera doble pg en polideportivo Plata en CE BC M
AS	08-oct	64	49	76,56	2	3,13	44	1	3	6	10	22,73	29	1		16	17	58,62	foto y resultado portada (pequeño) foto carnet de las 12 jugadoras del eurobasket
MUNDO DEP.	08-oct	48	33	68,75	1	2,08	76	3		9	12	15,79	38		1	3	4	10,53	foto y resultado portada (pequeño)
TOTALES		2.313			11		2.768	17	21	199	237		1.586	5	4	99	108		
MEDIA		50,26	32,85	65,26	0,24	0,44	60,13	0,37	0,46	4,33	5,15	8,61	34,48	0,11	0,09	2,15	2,35	7,09	

Anexo 2: Tabla estadística del estudio actual (La evolución del deporte femenino en la prensa escrita deportiva):

PERIÓDICO	DÍA	PÁGINAS					NOTICIAS POLIDEPORTIVAS (1)						FOTOS POLIDEPORTIVAS (1)						OBSERVACIONES
		TOTAL	FÚTBOL	%	MUJERES	%	TOTAL	MUJERES					TOTAL	MUJERES					
								1/2 PÁG.	1/4 PÁG.	MÁS PEQUEÑA	TOTAL	%		1/2 PÁG.	1/4 PG.	MÁS PEQUEÑA	TOTAL	%	
MARCA	21-sep	48	28	58,33%	0	0,00%	24	0	0	5	5	20,83%	18	0	0	2	2	11,11%	Las 5 noticias están enmarcadas en la parte de breves, por la qual cosa no superan el párrafo cada una.
AS MUNDO DEP.	21-sep	40	24	60%	0	0,00%	25	0	0	2	2	8%	28	0	0	2	2	7,14%	Una de las noticias sobre Carolina Marín no supera las dos frases.
	21-sep	40	23	57,50%	0	0,00%	31	0	1	2	3	9,68%	16	0	0	1	1	6,25%	
MARCA	22-sep	48	28	58,33%	0	0,00%	19	1	0	4	5	26,32%	22	0	1	5	6	27,27%	
AS MUNDO DEP.	22-sep	40	26	65%	3	7,50%	32	0	0	4	4	12,50%	25	1	0	8	9	36%	Las 3 noticias deportivas (1 de la liga de fútbol femenino y otras 2 del triatlón femenino se enmarcan una iniciativa conjunta con Iberdrola para potenciar el deporte femenino
	22-sep	48	26	54,17%	1	2,08%	41	0	0	2	2	4,88%	24	0	0	2	2	8,33%	
MARCA	23-sep	48	29	60,42%	0	0,00%	21	0	1	3	4	19,05%	20	0	0	3	3	15%	
AS MUNDO DEP.	23-sep	40	23	57,50%	0	0,00%	26	0	1	3	4	15,38%	19	0	0	3	3	15,79%	
	23-sep	48	23	47,92%	0	0,00%	46	1	1	4	6	13,04%	30	1	0	3	4	13,33%	
MARCA	24-sep	56	35	62,50%	0	0,00%	25	2	1	0	3	12%	17	0	0	2	2	11,76%	En una de las noticias más destacadas del deporte femenino (Muguruza) la ilustración que la acompaña es de Federer y Nadal haciendo alusión a otro aspecto del torneo.
AS MUNDO DEP.	24-sep	48	30	62,50%	0	0,00%	22	0	0	2	2	9,09%	17	0	0	0	0	0	
	24-sep	56	25	44,64%	0	0,00%	36	1	1	0	2	5,56%	21	0	0	2	2	9,52%	
MARCA	25-sep	56	36	64,29%	3	5,36%	30	1		2	3	10%	22	0	0	4	4	18,18%	Con motivo de los I Premios Marca de Fútbol Femenino se dedican 3 páginas enteras a hablar de fútbol femenino.
AS MUNDO DEP.	25-sep	48	30	62,50%	1	2,08%	28	0	1	1	2	7,14%	25	0	0	2	2	8%	Esta página dedicada al fútbol femenino se vuelve a enmarcar en la iniciativa de Iberdrola
	25-sep	56	33	58,93%	1	1,79%	34	1	0	3	4	11,76%	32	0	0	4	4	12,50%	
MARCA	26-sep	44,00	33	75%	11,00	25,00%	20	1	0	3	4	20%	18	0	1	3	4	22,22%	La celebración de los I Premios Marca de Fútbol Femenino ocupa un suplemento especial de 11 páginas dedicadas a un análisis de la Gala y de la situación actual del fútbol femenino español. Además, ocupan la portada con el titular "Son las mejores".

AS MUNDO DEP.	26-sep	40	28	70%	0	0,00%	16	0	0	1	1	6,25%	14	0	0	0	0	0
	26-sep	40	32	80%	0	0,00%	28	0	0	2	2	7,14%	17	0	0	2	2	11,76%
MARCA	27-sep	48	30	62,50%	0	0,00%	22	0	0	4	4	18,18%	18	0	0	2	2	11,11%
	27-sep	48	30	62,50%	0	0,00%	21	0	0	3	3	14,29%	16	0	0	2	2	12,50%
AS MUNDO DEP.	27-sep	48	27	56,25%	0	0,00%	33	1	0	4	5	15,15%	22	0	1	2	3	13,64%
	28-sep	48	29	60,42%	0	0,00%	26	1	0	3	4	15,38%	26	0	0	3	3	11,54%
MARCA	28-sep	40	23	57,50%	0	0,00%	20	0	2	2	4	20%	18	0	0	3	3	16,67%
	28-sep	48	27	56,25%	0	0,00%	32	2	1	5	8	25%	19	0	1	2	3	15,79%
MARCA	29-sep	48	29	60,42%	0	0,00%	25	2	2	1	5	20%	20	0	1	5	6	30%
	29-sep	46	30	65,22%	4	8,70%	19	3	0	1	4	21,05%	18	0	1	2	3	16,67%
AS MUNDO DEP.	29-sep	48	27	56,25%	1	2,08%	50	1	1	3	5	10%	32	1	0	2	3	9,38%
	30-sep	40	24	60%	0	0,00%	26	1	1	0	2	7,69%	17	0	1	1	2	11,76%
MARCA	30-sep	40	24	60%	0	0,00%	23	1	0	1	2	8,70%	20	1	0	4	5	25%
	30-sep	48	28	58,33%	1	2,08%	39	2	1	3	6	15,38%	24	0	1	4	5	20,83%
MARCA	01-oct	48	31	64,58%	1	2,08%	33	1	2	4	7	21,21%	17	1	0	4	5	29,41%
	01-oct	48	33	68,75%	1	2,08%	28	1	1	4	6	21,43%	18	0	1	5	6	33,33%
AS MUNDO DEP.	01-oct	48	27	56,25%	0	0,00%	44	1	0	6	7	15,90%	25	0	1	1	2	8%
	02-oct	56	35	62,50%	1	1,79%	28	1	1	5	7	25%	22	0	1	6	7	31,82%
MARCA	02-oct	56	36	64,29%	1	1,79%	23	0	2	1	3	13,04%	22	0	0	2	2	9,09%
	02-oct	54	38	70,37%	1	1,85%	40	0	1	4	5	12,50%	22	0	0	2	2	9,09%
MARCA	03-oct	40	22	55%	0	0,00%	23	1	1	2	4	17,39%	26	0	1	2	3	11,54%
	03-oct	32	17	53,13%	0	0,00%	18	0	1	1	2	11,11%	22	0	1		1	4,55%
AS MUNDO DEP.	03-oct	40	32	80%	1	2,50%	36	1	1	1	3	8,33%	27	0	0	5	5	18,52%
	04-oct	40	25	62,50%	1	2,50%	22	1	0	0	1	4,55%	17	0	1	0	1	5,88%
MARCA	04-oct	40	25	62,50%	1	2,50%	22	1	0	0	1	4,55%	17	0	1	0	1	5,88%

Una de las noticias en las que su protagonista es una deportista, se destaca únicamente su afición de ella por el Real Madrid y por Zidane. Todo el artículo gira entorno a estos dos aspectos.

Primera ocasión que AS dedica el inicio de una sección a una noticia de deporte femenino.

En varias ocasiones sucede que en el último párrafo de la noticia le dedican algún apunte a la participación femenina

En una noticia sobre Sofía del Prado, embajadora de la liga femenina de baloncesto, se relata su dura infancia, si más no, tanto en el titular como en el primer párrafo se hace alusión a su postura de

AS MUNDO DEP.	04- oct																		representación de España de Miss Universo, algo totalmente irrelevante para lo que se quería contar.
		32	19	59,38%	2	6,25%	21	0	0	0	0	0	19	0	0	0	0	0	Se le dedica más de media página a un perfil de Claudia Pina, una jugadora de 17 años del FCBarcelona.
		40	21	52,50%	3	7,50%	37	0	0	0	0	0	41	0	0	0	0	0	Se le concede una entrevista a Marta Vieira, la mejor futbolista de la historia, la cual ocupa una doble página.
MARCA	05- oct	40	22	55%	1	2,50%	24	0	0	4	4	16,67%	16	0	0	2	2	12,50%	Primera ocasión que AS incorpora un espacio a una noticia deportiva femenina en su portada.
AS	05- oct	32	18	56,25%	1	3,13%	20	1	0	2	3	15%	15	1	0	2	3	20%	
MUNDO DEP.	05- oct	40	20	50%	1	2,50%	44	0	0	4	4	9,09%	30	0	0	3	3	10%	
MARCA	06- oct	40	26	65%	1	2,50%	20	0	0	4	4	20%	13	0	0	3	3	23,08%	Se dedica una doble página a hacer una radiografía de las mejoras del deporte femenino gracias a la inversión de Iberdrola.
AS	06- oct	40	22	55%	3	7,50%	25	1	0	2	3	12%	31	1	1	11	13	41,94%	
MUNDO DEP.	06- oct	40	22	55%	1	2,50%	38	0	0	1	1	2,63%	19	0	0		0	0	
MARCA	07- oct	40	25	62,50%	0	0,00%	26	0	0	1	1	3,84%	19	0	0	1	1	5,26%	
AS	07- oct	40	25	62,50%	1	2,50%	27	0	0	1	1	3,70%	12	0	0	1	1	8,33%	
MUNDO DEP.	07- oct	40	23	57,50%	0	0,00%	39	1	0	1	2	5,13%	18	0	0	1	1	5,56%	
MARCA	08- oct	40	26	65%	1	2,50%	28	2	0	1	3	10,71%	16	1	1	1	3	18,75%	
AS	08- oct	40	25	62,50%	1	2,50%	25	1	0	1	2	8%	17	0	1	1	2	11,76%	
MUNDO DEP.	08- oct	40	21	52,50%	0	0,00%	42	0	0	3	3	7,14%	17	0	0	0	0	0	
TOTALES		2.400	1451		49		1551	35	25	126	186		1136	8	17	133	158		
MEDIA		44,44	26,87	60,43%	0,91	2,04%	28,72	0,65	0,47	2,33	3,44	11,99%	21,04	0,15	0,31	2,56	2,93	13,91%	

*Tabla de elaboración propia.

Anexo 3: Fotografías polideportivas femeninas.

3.1- GARBIÑE MUGURUZA



*Fuente: MARCA (24 septiembre 2017)

3.2- SOFÍA DEL PRADO

“Gracias al baloncesto superé el acoso escolar”

SOFÍA DEL PRADO, LA REPRESENTANTE DE ESPAÑA EN MISS UNIVERSO Y EMBAJADORA DE LA LIGA DIA DE BALONCESTO FEMENINO, SUFRIÓ BULLYING EN EL COLEGIO E INSTITUTO • SUS COMPAÑEROS SE BURLABAN DE SU ALTURA

HISTORIA MARCA
por Almudena Rivera

Sofía del Prado, que acaba de ser elegida la mujer más guapa de España y que representará a nuestro país en el certamen de Miss Universo en Las Vegas el 26 de noviembre, no es sólo una cara bonita y un cuerpo perfecto. La manchega quiere ser también la voz contra el acoso escolar y se ha marcado como objetivo utilizar su reinado para dar visibilidad a un problema que ella sufrió en la niñez y la adolescencia y que superó gracias al baloncesto.

“Me cambió la vida. Para mí, el baloncesto lo supuso todo. Tenía 13 años cuando comencé a jugar en el Club Villarrobledo de Albacete y gracias a él superé el acoso escolar. Se metían conmigo por ser muy alta. Supuso empezar a socializar y a tener amigas. Todo el club me acogió como una familia y me hizo integrarme, además de enseñarme los valores del deporte como son el compromiso, la responsabilidad y la disciplina”, reconoce Sofía, una de las embajadoras de la Liga Dia de baloncesto femenino que comenzó el pasado fin de semana.

Porque hasta entonces, para Sofía era un suplicio tener que ir al colegio muchos días. Era el blanco de las burlas de sus compañeros y en los recreos estaba sola, nadie quería jugar con ella. “Una de las cosas por las que más se metían conmigo era por mi altura (ahora mide 1,82). Me llamaban cuatro metros, jirafa, patilarga, de todo... Estaba sola, no tenía amigos y eso te va minando. Mi madre lo pasaba mal al verme sola pero me decía que no hiciera caso, que eran cosas de niños... Pero cuando eres un niño no lo entiendes”, explica.

FUENTE DE INSPIRACIÓN

La situación tampoco mejoró en el Instituto. “Entonces se metían conmigo en un plano más personal”. Llegó a tener pintadas con insultos en la puerta de su casa. Por eso nadie como ella para comprender



Sofía del Prado (22), embajadora de la Liga Dia, en el Magariños.

EDUARDO CÁNDOL / FEB

por lo que pasan muchos niños cada día en sus colegios, niños que no se atreven a denunciar el acoso escolar.

De la mano del club de baloncesto que le cambió la vida, da charlas en colegios animándoles a hacerlo. “Les cuento mi experiencia sobre el bullying. Me gustaría servir de inspiración o ejemplo a esos niños que pueden estar sufriendo lo mismo y que vean en el baloncesto un apoyo o una salida a ese problema. Es muy complicado hacer entender a los niños que luego creces y todo eso se pasa. En el momento lo pasas muy mal y te puede llevar a situaciones extremas de depresión o incluso de suicidio. Me

“
Me llamaban cuatro metros, jirafa, patilarga... de todo”

SOFÍA DEL PRADO
MISS UNIVERSO
ESPAÑA 2017

encantaría que alguien, al escucharme, vea que no me ha frenado nada”, repite.

Jugó al baloncesto hasta los 18 años (ahora tiene 22). Dejó el equipo cuando se trasladó a Madrid para estudiar Relaciones Internacionales. Ahora, al echar la vista atrás, ve toda esa etapa de su vida como un aprendizaje. “Me costaba entender por qué se metían conmigo si yo no había hecho daño a nadie, pero aprendes y te quedas con la parte constructiva. Se metían conmigo por ser alta y con los años ha resultado ser una ventaja porque me ha permitido jugar al baloncesto y trabajar en la actualidad como modelo”, dice.

*Fuente: MARCA (4 octubre 2017).

3.3- BELÉN MOZO

POLIDEPORTIVO



Belén Mozo necesita un top-3 esta semana para mantener la tarjeta de la LPGA FOTO: GETTY

GOLF ➔ En Auckland se juega la tarjeta del tour USA

Mozo, hoyo en uno, 64 golpes y líder por cinco

*Fuente: Mundo Deportivo (30 septiembre 2017)

3.4- GARBIÑE MUGURUZA

► TORNEO DE TOKIO

Muguruza gana su primer partido como número uno

■ Garbiñe Muguruza estrenó su número uno mundial en el torneo de Tokio con una contundente victoria. Se impuso a la puertorriqueña Mónica Puig, actual campeona olímpica, por 6-0 y 6-4. "Sientes que eres la primera y que todo el mundo estará más relajado contigo, pero no pienso que debería ganar fácilmente por ser la número uno. Para ser honesta, nada ha cambiado", decía Muguruza, que ahora se enfrentará en cuartos a la vencedora del choque entre la nipona Nara y la francesa Garcia. En Seúl, Sara Sorribes alcanzó los cuartos.

06:30 tdp



Garbiñe Muguruza.

*Fuente: AS (21 septiembre 2017)

3.5- ALHAMBRA NIEVAS

■ RUGBY



Alhambra Nievas.

Nievas, en un partido masculino de selecciones

■ Alhambra Nievas sigue batiendo registros en el mundo del arbitraje. Si en su día fue la primera mujer en lograr el premio de Mejor Árbitro del Mundo o en participar en un Test Match masculino (fue asistente en el Tonga-Estados Unidos jugado en Anoeta), ahora dirigirá en Helsinki el Finlandia-Noruega el 14 de octubre. Un primer paso hacia el circuito masculino. —J. A. VERA

*Fuente: AS (22 septiembre 2017)

Anexo 3: Entrevista a María José López González

1.- En mi trabajo estoy realizando una comparativa de la presencia del deporte femenino en la prensa escrita deportiva de cómo era en 2007 y cómo lo es ahora. La evolución de la cobertura mediática ha sido mínima. ¿Por qué cree que a pesar de que el deporte femenino crezca y se extienda, no lo hace de la misma forma en la prensa, o en los medios de comunicación en general?

Francamente es difícil de explicar, si no es por dos razones: el predominio de un deporte el fútbol por encima de todo lo demás; y por otro lado, el escaso conocimiento del mundo del periodismo deportivo en torno al deporte femenino. Y se dará el titular sólo cuando haya una gesta deportiva femenina, mientras es casi inexistente. Obviando que muchas mujeres hacen deporte todos los fines de semana y de competición en este país.

2.- ¿Considera que a pesar de la “supuesta igualdad” de la que se alardea desde instituciones y federaciones la mujer continúa discriminada en el mundo del deporte y concretamente en el de la prensa deportiva?

Existe una discriminación de hecho y de derecho. Me preocupan ambas, pero la de derecho es tan reprochable que no es entendible en pleno siglo xxi, a pesar de la Constitución, Ley de Igualdad y Estatuto de los Trabajadores. La prensa deportiva sigue viendo el deporte femenino como amateur y esto no es positivo para ese concepto de igualdad real. En nuestro país, no existen ligas profesionales femeninas, ni convenios colectivos en el ámbito femenino, esto sí que son cuestiones de calado en el concepto de un deporte profesional en igualdad.

3.- Hay una correlación entre el desarrollo del deporte femenino y su presencia en los medios de comunicación? ¿O van cada uno por su lado?

Se supone que la sociedad observa el deporte femenino y lo sigue, así pues, poco es entendible su menor presencia con el seguimiento que se hace de las deportistas en nuestro país.

4.- La prensa deportiva es un medio que llega a gran parte de la sociedad y tiene una gran influencia sobre ella. ¿Cree que si hubiera más difusión y cobertura por parte de los medios se conseguiría una mayor igualdad en el deporte entre hombres y mujeres? ¿O influyen otro tipo de factores?

Creo que la prensa deportiva, frente a las redes sociales no está siendo fiel a ese desarrollo real del deporte femenino de nuestro país y ahí están los JJOO y los éxitos de nuestras deportistas. Así pues, desde la prensa debería analizar este tema.

5.- A menudo se tiende a decir que el deporte femenino no interesa ni mueve a las masas que podría mover el masculino, pero a pesar de ello hay datos que dicen lo contrario. Por ejemplo, este año en la 1ª División femenina de fútbol, en el Wanda Metropolitano se aplegaron más de 22.000 personas para ver el Atleti féminas contra el Madrid CFF. Entonces ¿por qué de un total de 28 páginas dedicadas al fútbol en el diario MARCA, tan sólo 1 se dedica a hablar de fútbol femenino? ¿Dónde cree que está el problema?

En esa visión de un desigual tratamiento del deporte, según lo practican los hombres y las mujeres. Y en el fútbol, sin duda, esa diferencia es más abismal porque se parte de una tradición del pasado, que lastra esa mirada real que ha dado lugar al deporte del fútbol practicado por mujeres, con un desarrollo y evolución magníficas.

6.- En su libro “Mujer y deporte” habla de la evolución que ha vivido el deporte femenino en las últimas décadas, la cual no ha ido acompañada de verdaderos cambios legales, sociales e institucionales. ¿Qué debe cambiar para poder igualarse la situación? ¿Quién tiene la potestad de poder equilibrar la balanza?

Deben cambiar como mínimo dos normas obsoletas, ley del deporte de 1990 y Real Decreto 1006 del año 1985, que regula la relación de los deportistas profesionales, y que nada hablan del deporte femenino, del tema de género. Una normativa hecha en torno al deporte profesional masculino. De hecho, esa inexistencia de ligas profesionales, en pleno siglo xxi, es buena prueba de ello. Yo apostaría por una ley del deporte profesional, y un capítulo del deporte femenino profesional, porque se deben de partir de realidades distintas, y desde luego nunca miméticas. Y a quién le corresponde? Al ejecutivo, para liderarlo, y al parlamento para que ese nuevo cambio normativo responda a una sociedad del siglo xxi.

7.- Usted, como abogada especialista en la temática, ¿qué soluciones propondría para revertir esta situación de desigualdad, tanto a nivel social, como económico o legal? ¿Cree que es posible llegar algún día a la igualdad total?

La igualdad es un principio y un derecho de todos los ciudadanos y de cualquier marco normativo democrático. Lo primero que hay que hacer esos cambios normativos, que no discriminen a la mujer deportista como profesional. Y hay que hacerlo ya con urgencia, y desde luego, como abogada debo decir, que si la legislación deportiva discrimina a las mujeres, apliquemos el estatuto de los trabajadores, que nunca entenderá que a igual trabajo, haya desigual salario, que se despida a las deportistas por quedarse embarazada, que no tengan convenio colectivo por el hecho de ser mujer. Que sus derechos de imagen se vean siendo negociados al margen de las propias deportistas. Ese cambio debe hacerse y debe hacerse desde las propias organizaciones que representan a las deportistas, denunciando, y demandándolos.

Anexo 4: Entrevista a Josep María Blanco Pont

1.- ¿Per què creus que tot i que l'esport femení creixi i s'expandeixi cada cop més, no ho fa de la mateixa forma a la premsa o en els mitjans de comunicació en general? Aquesta invisibilització acaba suposant una barrera més en el camí per la igualtat entre esport femení i masculí.

Perquè la mirada cap a l'esport continua sent masculista. A més a més, l'star system alimenta una mirada cap a les competicions d'elit, que són normalment les que protagonitzen els homes i això es el que capitalitza un gran volum d'espai per captar l'interès de les audiències. Cal sensibilitzar els receptors amb el missatge de què no hi ha uns esports més importants que uns altres, que no hi ha uns esportistes més importants que uns altres, etc. Sobretot, falta aquest treball amb la sensibilitat de les persones que tenen poder de decisió sobre els espais i els continguts que s'han de donar a les publicacions esportives.

2.- La premsa esportiva és un mitjà que arriba a una gran part de la societat i té una gran influència sobre ella. ¿Creus que si hi hagués una major cobertura i difusió per part dels mitjans s'aconseguiria la igualtat entre l'esport femení i masculí? En cas negatiu, quin altre tipus de factors creus que influeixen?

Podria ser. Els mitjans de comunicació tenen aquesta capacitat de poder conscienciar i sensibilitzar les audiències. Però, sobretot, cal que es dugui a terme aquesta tasca per part dels mitjans, i de la premsa concretament. Mentre aquestes elits que dirigeixen els mitjans no apostin de debò per l'esport femení, aquesta igualtat serà inviable en tots els sentits.

3.- Sovint, es tendeix a dir que l'esport femení no interessa a la gent i que per això té menys espai en els mitjans. Si més no, aquest any a la Lliga Iberdrola de futbol, un partit entre l'Atlètic de Madrid i el Madrid CFF al Wanda Metropolitano va aplegar més de 22.000 espectadors. ¿Per què un partit que acull milers de persones després rep una pàgina com a molt al diari respecte les 28 que se li dediquen al futbol masculí? ¿On està el problema?

L'esport femení interessa. A la persona que li agrada l'esport li agrada veure l'activitat esportiva, ja sigui practicada per homes o per dones. El que passa que el tractament d'aquestes activitats femenines no s'ajusta a la realitat de transmetre bé i de forma correcte. Interessa veure qualsevol esportista, sigui del sexe que sigui, practicar la seva modalitat deixant-se cos i ànima en allò que fa, aleshores és tan maco una cosa com una altre. El problema és que hi ha por en que la gestió del temps dedicat a les dones pugui portar una disminució de les audiències. Però justament, el que s'hauria de fer és equilibrar la balança per arribar a la sensibilització social que falta.

4.- Centrant-nos més en aspectes qualitatius, ¿per què encara avui dia predomina aquest llenguatge sexista i estereotipat cap a les esportistes? Ja sigui directament amb les paraules o indirectament amb l'ús de fotografies suggerents.

Perquè és un problema i es diu masclisme. És un problema a solucionar des de temps enrere. A la premsa no ressalta tant, però a les plataformes digitals d'aquestes publicacions s'utilitza a la dona com a objecte sexual. És una malaltia, sona molt fort però és així. És un problema que tenen els homes que, generalment, són els que controlen la gestió de continguts d'aquests mitjans de comunicació esportiva. Les dones tenen tot el dret de demostrar que són vàlides i que mereixen el seu espai i la seva cobertura i per tant és necessari. Arriba un moment en què fa fàstic. El revulsiu potser seria la creació de mitjans propis per les dones que arribessin a tothom.

5.- Continuant amb aquest tema, l'any 2016 el diari AS tractava així el triomf de Carolina Marín a Rio2016: “Rivas, el hombre que convirtió en oro las rabietas de Carolina” ¿Per què no es pot tractar la notícia d'un èxit d'una esportista sense fer referència a una figura masculina o a aspectes personals o físics?

Aquí hi ha dos factors, un és altre cop el problema social del masclisme i l'altre són els clixés en la manera de fer dels periodistes esportius. És un pensament molt estès també des de temps immemorials. En els estaments de poder, encara hi predomina la figura d'un personatge que té molt present aquesta manera de fer estereotipada i sexista. Per tant, aquest problema continuarà fins que no es produeixi aquest relleu generacional, aquest canvi, encara hi haurà problemes en tots els nivells, sobretot en termes de llenguatge i de visió cap a la dona esportista.

6.- Si en aquests últims 10 anys, que han estat uns dels que han tingut major creixement de l'esport femení, aconseguint diversos èxits històrics i consolidant-se a nivell social, encara no s'ha igualat la presència en els mitjans ¿creus que serà possible algun dia que esport femení i masculí comparteixin mateixos espais als mitjans i mateixa cobertura mediàtica? ¿De què depèn?

Una cosa és el que un voldria i una altra cosa és el què realment acabarà passant. El què voldria és que es fomentés la igualtat entre ambdues modalitats, tot respectant la cobertura de cadascun d'ells. La realitat és que costarà, perquè és una cosa que ve des de que naixem, per tant fins que no es produeixi aquest canvi generacional en els mitjans de comunicació, no crec que veiem la mateixa cobertura entre tots dos gèneres. Això podrà passar en el moment en què es fomenti aquesta transició amb aquesta sensibilitat, passarà quan aquest canvi de generació mostri l'assumpció de valors basats en la igualtat. Caldrà que s'aposti i que es mostri que tenen un suport darrere d'una audiència que valora aquell esforç. Quan els mitjans s'adonin que han de ser curosos amb l'esport femení, aleshores la situació canviarà.

Anexo 5: Entrevista a Bea Ortiz Muñoz:

1.- Según tu experiencia personal en el ámbito del waterpolo ¿Cuál crees que ha estado la evolución del deporte femenino en cuanto a la presencia de noticias deportivas femeninas en la prensa escrita?

Creo que en estos últimos la evolución del deporte femenino en la prensa escrita deportiva ha sido pequeña en comparación con los éxitos que hemos conseguido. Tan sólo se nos da cobertura cuando cosechamos grandes éxitos como los Juegos Olímpicos u otro tipo de campeonatos internacionales. Durante el año apenas aparecemos en los diarios. Como mucho ocupamos los espacios más pequeños pero muy de vez en cuando.

2.- ¿Por qué crees que a pesar de que el deporte femenino crezca y se expanda cada vez más, no lo hace de la misma manera en la prensa o en los medios de comunicación en general? ¿Esta invisibilización acaba suponiendo una barrera más en el camino para la igualdad entre deporte femenino y masculino?

Creo que es porque la prensa escrita deportiva siempre se ha centrado mucho en el fútbol y más allá de ahí no ven. Por lo tanto, creo que no recibimos una cobertura justa, ya que en estos últimos años tanto a nivel de selecciones como de clubes el waterpolo femenino ha cosechado sus mejores resultados históricos, pero en los periódicos no se ve reflejado. Y por supuesto que acaba suponiendo una barrera más. Que no se nos otorgue el reconocimiento que merecemos impide que nuestros éxitos lleguen a la gente, impidiendo que se cree más afición, con la cual cosa el deporte femenino continuará estando a la sombra del masculino.

3.- La prensa deportiva es un medio que llega a gran parte de la sociedad y tiene una cierta influencia sobre ella. ¿Crees que si hubiera una mayor cobertura y difusión por parte de la prensa se conseguiría una mayor igualdad entre deporte femenino y masculino? En caso negativo, ¿qué otros factores crees que influyen?

Más que conseguir la igualdad entre deporte femenino y masculino, creo que una mayor cobertura permitiría crear más afición y enganchar a más gente. Si los lectores nos vieran a menudo en la prensa sentirían curiosidad y quizás muchos de ellos nos seguirían y se interesarían por nuestra trayectoria. Por el contrario, que sólo se nos de un mínimo seguimiento, hace que una vez acabado ese campeonato o evento la gente se olvide de nosotras.

4.- ¿Cómo consideras que es vuestra cobertura mediática, tanto a nivel de club como de selección por parte de la prensa deportiva escrita (MARCA, AS y Mundo Deportivo)?

Como bien he dicho antes, parece que sólo existamos en eventos como los Juegos Olímpicos, los Mundiales o los Europeos. El resto del año pasamos prácticamente inadvertidas. De la primera división española de waterpolo se hace un seguimiento muy

pobre. De vez en cuando aparecemos en algún breve, pero de normal pasamos totalmente inadvertidas.

5.- ¿Te ha sucedido alguna vez que la prensa escrita te haya tratado (a ti o a tu equipo) de forma diferente o discriminatoria por ser mujer? Es decir, que se haya utilizado un lenguaje sexista, o el uso de estereotipos relacionados con la mujer deportista, por ejemplo.

En cuanto a lenguaje, a mí personalmente no y que yo conozca de mi entorno tampoco. Lo que sí que recuerdo, es que en una ocasión utilizaron imágenes de debajo del agua de un partido de las Olimpiadas en las que aparecíamos agarrándonos y estirándonos del bañador que se nos veía todo. Esa misma imagen la utilizaron para ilustrar una noticia en la que hablaban de lo que sucedía debajo del agua.

6.- En caso de que no te haya sucedido nunca personalmente, ¿crees que todavía hoy en día predomina este uso del lenguaje sexista y estereotipado hacia las mujeres deportistas? Ya sea directamente con las palabras o indirectamente con el uso de fotografías sugerentes ¿Por qué?

Por supuesto. Quizás ahora no se produce de forma tan clara como antes, sino de una forma más sutil. Pero con el ejemplo que he explicado antes, queda todavía claro que vende más mostrar una imagen en la que se vea todo, que no una en la que se nos muestre jugando el partido.

8.- Si en estos últimos 10 años , que han estado unos en los que el deporte femenino ha crecido más, consiguiendo éxitos históricos y consolidándose a nivel social, aún no se ha igualado la presencia en la prensa deportiva escrita ¿crees que será posible algún día que deporte femenino y masculino reciban la misma cobertura y el mismo trato? ¿De qué crees que depende?

Creo que será un camino costoso pero que algún día se podrá lograr. Creo que depende sobre todo de la sociedad más que de los medios de comunicación en sí. Si los medios de comunicación observan que el deporte femenino puede llegar a mover a tanta gente como el masculino, creo que en ese momento apostarán de verdad por el deporte femenino. Creo que es un trabajo conjunto de todos, tanto de los diarios deportivos en papel como de la propia sociedad.